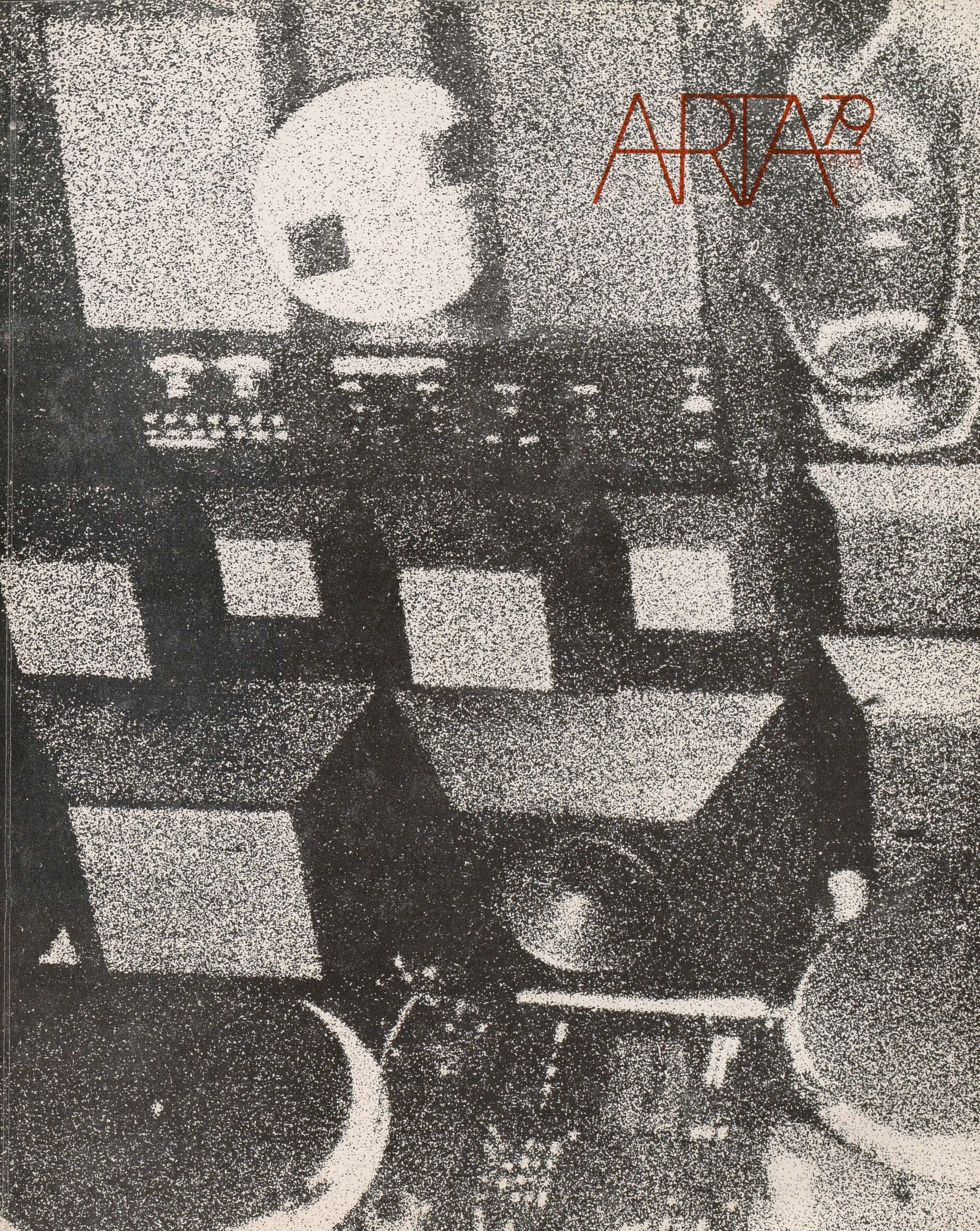
ARTA 79

11–12



ARTA 79

ANUL XXVI NR. 11-12/1979

REVISTĂ
A UNIUNII ARTIȘTILOR PLASTICI
DIN
REPUBLICA SOCIALISTĂ ROMÂNIA

REDACȚIA

Str. Biserica Amzei 9, telefon 59.35.19
70172 Bdcurești

ADMINISTRAȚIA

Uniunea Artiștilor Plastici
Str. Nicolae Iorga 42, telefon 50.20.45
71118 București

COLECTIVUL REDACȚIONAL

Vasile Drăguț, redactor șef, Ioan Horga, secretar responsabil de redacție, Horia Horșia, Mihai Drișcu, François Pamfil

RESPONSABIL DE NUMĂR

Ioan Horga

PREZENTARE ARTISTICĂ

Decebal Scriba

PREZENTARE TEHNICĂ

Sanda Gusti

CORECTURĂ

Ingrid Georgescu

FOTOGRAFII

Decebal Scriba, Atanase Cartojan, Angela Ghițulescu, Mihai, Oroveanu, Eugeniu Lupu

DIAPOZITIVE ÎN CULORI

Atanase Cartojan, Ion Dumitriu, Doina Răduleț

ABONAMENTE

Abonamentele se primesc la toate oficiile poștale, factorii poștali și la Ad-ția revistei ARTA din str. Nicolae Iorga 42, București

Costul unui abonament:

pentru întreprinderi și instituții: lei 204 anual (12 apariții); lei 102 — 6 luni;
pentru persoane particulare: lei 180 anual (12 apariții); lei 90 — 6 luni.

Pour l'étranger: ILEXIM — Le département export-import presses, Bucarest, Calea Griviței nr. 64—66, P.O.B. 1001, Telex 011226

Prix de l'abonnement: 15 dollars par an (12 numéros).

40541

Lei 30

TIPARUL: ÎNTREPRINDEREA POLIGRAFICĂ «ARTA GRAFICĂ», CALEA ȘERBAN VODĂ 133 — 135. București, România

		OMAGIU CONGRESULUI AL XII-LEA AL PARTIDULUI COMUNIST ROMÂN 15 ani	
	1	O dezbatere despre frumusețea utilului	
	5	O artă ce aparține existenței umane	Dan Grigorescu
	6	Designul și logica stilurilor	Vasile Drăguț
IPOTEZE/RELAȚII	8	Design și spațiu social	Amelia Pavel
	11	Aszalos Gheza, Eugen Holtier	
	12	Inovarea produselor, factor de echilibru ecologic și social	Paul Caravia
	16	Design — proces, teritoriu, competență	Anton Dâmboianu
	19	Designul industrial: premise psiho-sociologice	Marius Tătaru
	20	Designul sau profilaxia urîtului	Eduard Pamfil
	21	De la obiect la « sistem »	Mihai Ispir
	25	Design — culoare — ambient	Paul Constantin
COLOCVIU	27	Design — civilizație — cultură	
	33	Designul și dezvoltarea social-economică actuală	Iulian Crețu
	34	Mihai Maxim, Alexandru Ghilduș	
DESIGN/TRADIȚIE	37	Spirala: artă populară — design — « artă populară »	Paul Petrescu
	40	« Un sistem creator de stări de creativitate»	Catinca Ralea Paul Bortnovschi
PROPEDEUTICĂ	42	Bauhausul și noua pedagogie a privirii	Octavian Barbosa
	44	Design la liceul de arte plastice « N. N. Tonitza »	
CRONICA	45	Depășirea funcționalului	Octavian Barbosa
	48	Mihai Panduru, Alexandru Nestor	
	50	Design — creație și pedagogie	C. Flondor-Străinu
	52	Designul în sfera jocului	Magda Cârneci
	54	Un tînăr designer — Laurențiu Ruță	Olga Bușneag
	55	Arta, un mod de a îmbogăți lumea copiilor	Alexandra Titu
	58	Simpozion de creație la fabrica de porțelan « Iris »	Olga Bușneag
	61	Antologie	
CORESPONDENȚĂ	68	Zsennye '79	Constantin Marinescu
DESIGN/MODĂ	69	Redimensionarea unei profesiuni	M. Drișcu Magda Cârneci
	71	Afișul și strada	Petre Ghelerter
	74	Jurnalul galeriilor	Vasile Drăguț
	76	Design sălbatec	Ion Dumitriu
COPERTA I și VI		Prelucrare fotografică după un sistem modular electroacustic de Alexandru Nestor	Pusztai Péter

		HOMMAGE AU XIIe CONGRÉS DU PARTI COMMUNISTE ROUMAIN 15 années	
	1	Un débat sur la beauté de l'utile	
	5	Un art qui appartient à l'existence humaine	Dan Grigorescu
	6	Le design et la logique des styles	Vasile Drăguț
HYPOTHÈSES/RELATIONS	8	Design et espace social	Amelia Pavel
	10	Aszalos Gheza, Eugen Holtier	
	12	L'innovation dans la production — facteur d'équilibre écologique et social	Paul Caravia
	16	Design — procès, territoire, compétence	Anton Dâmboianu
	19	Design industriel: prémises psycho-sociologiques	Marius Tătaru
	20	Design ou prophylaxie du laid	Eduard Pamfil
	21	De l'objet au système	Mihai Ispir
	25	Design — couleur — environnement	Paul Constantin
COLLOQUE	26	Culture — civilisation — design	
	33	Le design et le développement socio-économique actuel	Iulian Crețu
	34	Mihai Maxim, Alexandru Ghilduș	
DESIGN/TRADITION	37	La spirale: art populaire — design — « art populaire »	Paul Petrescu
	40	« Un système créateur d'états de créativité »	Catinca Ralea, Paul Bortnovschi
PROPÉDEUTIQUE	42	Le Bauhaus et la nouvelle pédagogie du regard	Octavian Barbosa
	44	Le design au lycée d'arts plastiques « N. N. Tonitza »	
CHRONIQUE	45	Le dépassement du fonctionnel	Octavian Barbosa
	48	Mihai Panduru, Alexandru Nestor	
	50	Design — création et pédagogie	C. Flondor-Străinu
	52	Le design dans la sphère du jeu	Magda Cârneci
	54	Un jeune designer — Laurențiu Ruță	Olga Bușneag
	55	L'art, une modalité d'enrichir le monde de l'enfant	Alexandra Titu
	58	Symposium de création à la fabrique de porcelaine « Iris »	Olga Bușneag
	61	Anthologie	
CORRESPONDANCE	68	Zsennye '79	Constantin Marinescu
DESIGN/MODE	69	Réévaluation d'une profession	M. Drișcu, Magda Cârneci
	71	L'affiche et la rue	Petre Ghelerter
	74	Le journal des galéries	Vasile Drăguț
	76	Le design sauvage	Ion Dumitriu
COUVERTURES I et IV		Interprétation photographique d'un système modulaire électro-acoustique réalisé par Alexandru Nestor	Pusztai Péter

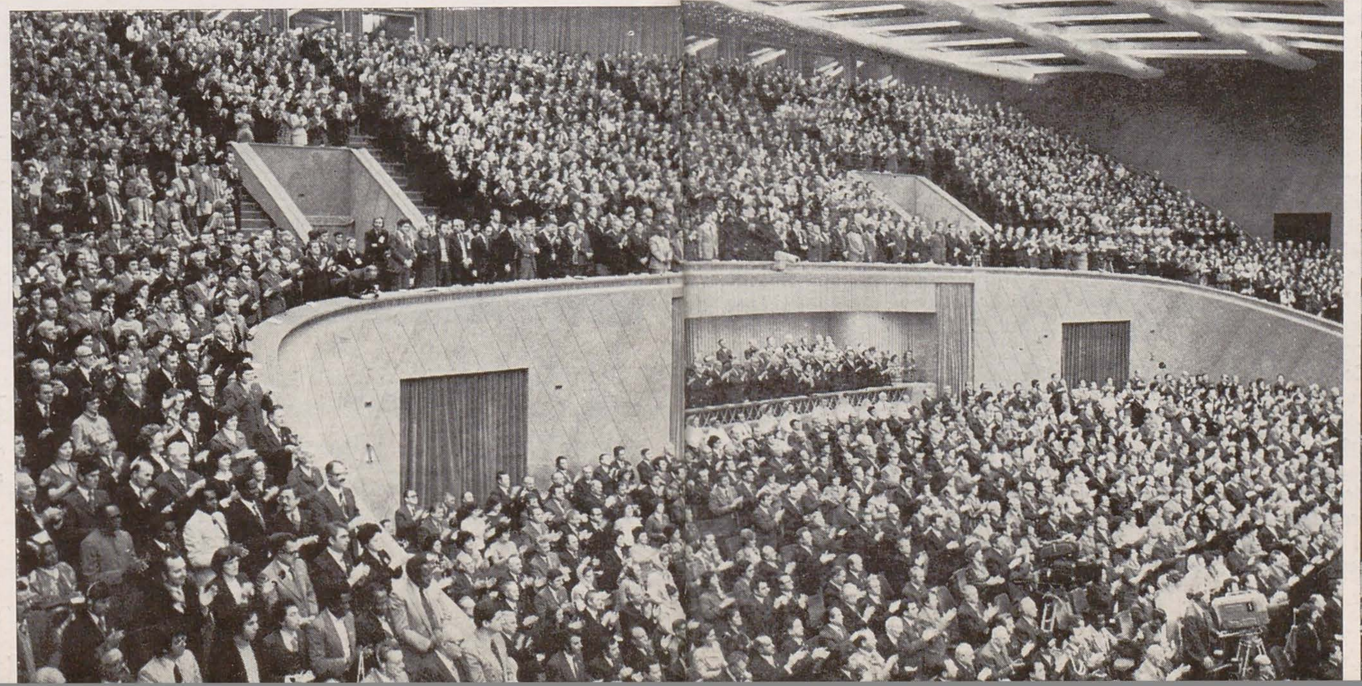
		ДАНЬ XII-МУ СЪЕЗДУ УВАЖЕНИЯ РУМЫНСКОЙ КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ 15 лет	
	1	Дебаты о красоте полезного	
	5	Искусство принадлежащее человеческому существованию	Дан Григореску
	6	Дизайн и логика стилей	Василе Дрэгуц
ГИПОТЕЗЫ/ОТНОШЕНИЯ	8	Дизайн и социальное пространство	Амелия Павел
	10	Асалош Геза, Еуджен Хольтер	
	12	Обновление изделий, фактор социального и экологического равновесия	Пауль Каравия
	16	Дизайн — процесс, территория, компетентность	Антон Дымбояну
	19	Промышленный дизайн: психо-социологические предпосылки	Марюс Тэтару
	20	Дизайн или профилактика уродливого	Эдуарда Памфил
	21	От предмета к системе	Михай Испир
	25	Дизайн — цвет — окружающая среда	Пауль Константин
«КОЛЛОКВИУМ	26	Культура — цивилизация — дизайн	
	33	Дизайн и нынешнее социально-экономическое развитие	Юльян Крецу
	34	Михай Максим, Александру Гилдуш	
ДИЗАЙН/ТРАДИЦИЯ	37	Спираль: народное искусство — дизайн — « народное искусство »	Пауль Петреску
	40	Система создающая творческие состояния	Катинка Раля, Пауль Бортновски
ПРОПЕДЕВТИКА	42	Баухаус и новая педагогия взгляда	Октавиан Барбоса
	44	Дизайн в лицее изобразительного искусства им. « Н. Н. Тоницы »	
ХРОНИКА	45	Превзойти функциональность	Октавиан Барбоса
	48	Михай Пандуру, Александру Нестор	
	50	Дизайн — творчество и педагогия	К. Флондор-Стрэину
	52	Дизайн в сфере игры	Магда Кырвечь
	54	Молодой дизайнер — Лауренцьу Руцэ	Ольга Бушняг
	55	Искусство, способ обогащения мира ребенка	Александра Титу
	58	Творческий симпозьум на фарфоровом заводе « Ирис »	Ольга Бушняг
	61	Антология	
КОРРЕСПОНДЕНЦИЯ	68	Женнье '79	Константин Маринеску
ДИЗАЙН/МОДА	69	Новое измерение профессии	М. Дришку, Магда Кырнечь
	71	Афиша и улица	Петре Гелертер
	74	Журнал галерий	Василе Дрэгуц
	76	Дикий дизайн	Ион Думитриу
ОБЛОЖКА I и IV		Фотографическая обработка модулярной электро-акустической системы Александра Нестора	Пуштай Петер

« Să facem astfel încît lucrările și hotărîrile Congresului al XII-lea să constituie o puternică manifestare a forței și unității politice, ideologice și organizatorice a Partidului Comunist Român, a unității întregului popor în jurul partidului, în lupta pentru triumful socialismului și comunismului în România, pentru întărirea continuă a independenței și suveranității patriei noastre, pentru o politică de pace, progres social și colaborare în întreaga lume! »

NICOLAE CEAUȘESCU

CONGRESUL
XII
AL PARTIDULUI COMUNIST ROMAN
PCR

CONGRESUL
XII
AL PARTIDULUI COMUNIST ROMAN



Congresul al XII-lea al Partidului

Cuvîntarea tovarășului Dumitru Popescu
delegat al organizației județene de partid Iași

Pentru a defini esența bilanțului cu care Partidul Comunist Român se prezintă la acest Congres — după 35 de ani de guvernare — ar fi, cred, suficient de edificator să spunem că el a făcut din România una din cele mai dinamice societăți contemporane și, în același timp, o țară total liberă și suverană. Mi se pare de prisos a demonstra ce înseamnă aceasta pentru o națiune care a cunoscut secole de înapoiere, și care a trebuit să ducă pe umeri, vreme îndelungată, cîte un dureros și umilitor jug străin.

Raportul tovarășului Nicolae Ceaușescu și pachetul celorlalte documente ale Congresului al XII-lea constituie o reală dezvoltare creatoare a Programului partidului adoptat de Congresul al XI-lea. Este prima oară cînd partidul nostru dispune de o asemenea laborioasă programare a soluțiilor pentru cea mai stringentă problematică previzibilă a deceniului viitor, în condițiile cînd modernizarea socialistă a României va trebui să înfrunte influențele proceselor contradictorii periculoase, adesea chiar dramatice, ale economiei și politicii mondiale. În aceasta se întruchipează un înalt spirit de răspundere națională, o concepție realistă, cutezătoare, revoluționară, într-un cuvînt, însuși socialismul științific, promovat cu seriozitate și competență de partidul nostru. Iată o lucrare socială, cu adevărat monumentală prin complexitatea și vizionarismul ei lucid, matematic dar și romantic, în care putem desluși liniile de forță ale gîndirii inițiatorului și principalul ei autor — tovarășul Nicolae Ceaușescu, ce trăiește destinul acestui neam nu numai la cea mai înaltă tensiune comunistă patriotică, pasională, aș spune dar și în epicentrul marilor seisme ale lumii, în care se află mereu, prin cunoscuta-i vocație politică planetară.

În toate acestea nu poți să nu remarci, totodată, ca un numitor comun, forța și amploarea gîndirii și muncii poporului român. Nu doar un sentiment firesc, ci autoritatea imparțială a faptelor și datelor, judecate la rece, mă îndreptățesc să afirm că, trăind într-o țară mică, sîntem fiii unui popor mare.

Poporul român, conștient de comandamentul istoric al epocii, s-a angajat, fără emfază, dar decis și tenace, să iasă odată pentru totdeauna la lumină, să intre în rîndul națiunilor prospere ale lumii. Este o înaltă onoare să aparținem acestui popor matur, luminat și curajos — și nu există sacrificiu pe care el să nu-l merite din partea noastră, a tuturor.

Mobilul declarat al tuturor proiectelor pe care le vom adopta — a spus în continuare vorbitorul — nu este acumularea în sine de bunuri materiale și de forță, nu este o orgolioasă concurență cu aberanta societate de consum, ci realizarea unei noi calități a vieții oamenilor. Desigur, ne propunem ca poporul nostru să dispună de tot ce are nevoie, să nu fie constrîns la nici o privațiune. Dar calitatea vieții nu înseamnă numai satisfacție fiziologică, ci și bucuria demnității morale, a plenitudinii intelectuale, plăcerea cunoașterii și a manifestării sensibilității cu care ne-a înzestrat natura.

În cristalizarea unei noi calități a vieții, alături de producătorii bunurilor materiale — modeștii demiurgi ai bazelor civilizației socialiste — oamenii de cultură, artiștii, ideologii, propagandiștii, găsesc un larg teren de exercitare a funcției lor sociale, de afirmare a necesității și utilității lor, a rolului pe care mai mult ca oricînd li-l conferă acum istoria. Omul liber, ajuns pe calea revoluției la noua treaptă a condiției sociale, oferite de socialism, trebuie să se bucure de viață într-un mod mult mai elevat decît individul înlănțuit în mecanismul necruțător al capitalismului. El are dreptul să poată gusta frumusețea ideilor mari, profunde, ca și adîncimea tuturor frumuseților plăsmuite de omenire, să trăiască într-o ambianță armonioasă, să simtă permanent respectul personalității sale, respectul valorilor autentice, pentru a putea respecta la rîndu-i personalitatea și valoarea celorlalți, pentru a se putea dărui generos semenilor săi, colectivității. Aceasta este, cred, semnificația umanismului revoluționar pe care tovarășul Nicolae Ceaușescu ne cere să-l punem la temelia întregii suprastructuri, ca de altfel a societății în ansamblu.

Putem afirma cu toată convingerea că viața noastră spirituală cunoaște astăzi dimensiuni fără precedent, substanța ei înrîurind profund mentalitatea oamenilor, poziția lor civică, însăși existența materială. Dar, ca întotdeauna, cu nedezmințita sa luciditate și exigență comunistă, tovarășul Nicolae Ceaușescu ne-a avertizat și la acest Congres asupra pericolului automulțumirii. Desigur, remarca vizează ansamblul dezvoltării societății, spiritul de luptă al partidului, elanul general al muncii socialiste, dar nu în mai mică măsură ideologia, educația, cultura care, așa cum ne reamintește tovarășul Nicolae Ceaușescu, nu reușesc să țină pasul cu dinamismul transformărilor revoluționare. Raportul cere, pe bună dreptate, realizarea unei noi calități și în acest domeniu.

Desigur, frontul nostru ideologic condus direct de partid dovedește constant o orientare justă, socialistă, are la bază permanent Carta noastră teoretică revoluționară, participă din toate forțele la construcția noii orînduiri, la pregătirea și manifestarea politică a oamenilor. Nu putem subaprecia însă fenomenele negative ce persistă în acest domeniu, unele de vreme îndelungată. În numeroase lucrări ce se vor teoretice, izbesc repetarea obositoare a unor noțiuni și teze generale, sărăcia de idei, competența scăzută, tonul scolastic rezultat din anemicul contact cu viața, lipsa de originalitate, de contribuție creatoare a autorilor. Se pare că dăinuie încă o anumită comoditate intelectuală, tradusă în așa zisa teamă de a greși, cu atît mai supărătoare cu cît contravine total mobilității și cutezanței gîndirii partidului nostru, spiritului său profund novator. Nu mai vorbim că aceasta nu are nimic comun cu întregul proces de primenire a țării. N-am mai putea vorbi de nici un progres dacă și producătorii bunurilor materiale, oamenii noștri de știință s-ar opri, timorați, la porțile noului, ale necunoscutului, preferînd să repete mereu ceea ce au mai făcut. Trebuie să recunoaștem, de asemenea, că propaganda noastră ar trebui să fie mult mai puternic racordată la mișcarea internațională a ideilor, la dezbaterile contemporane în jurul temelor vitale ale umanității, ale perspectivelor societății și omului, ca și la cele mai noi cuceriri ale științelor exacte. Filosofii, sociologii, economiștii, propagandiștii în general, își pot justifica menirea numai dovedind că pot răspunde în mod documentat, convingător și inspirat, întrebărilor sfredelitoare ale omului modern despre sine, despre locul său în univers, despre raporturile sale cu natura și lumea.

Partidul nostru — a subliniat în continuare vorbitorul — este profund preocupat de perfecțiunea fizionomiei etice a oamenilor, în calitatea lor de ființe sociale. Despre aceasta se scrie și se vorbește destul de mult în presă, la Radioteleviziune, în cărți, cu prilejul diferitelor manifestări politico-educative. Perimetrul investigațiilor este însă destul de restrîns, aspectele și faptele dezbătute sînt nu o dată nesemnificative, în general problema nu este abordată la anvergura staturii morale a poporului nostru, la nivelul marilor schimbări din conștiința publică. Va trebui să atacăm în mod frontal problemele morale arzătoare, evidențiate de viața însăși, spulberînd bagajul perimat și nociv al mentalităților, obiceiurilor și comportărilor pe care le mai tîrîm după noi din lumea veche, întărind și dezvoltînd curentul de opinie înaintat, situat pe pozițiile umanismului revoluționar, făcînd din fiecare cetățean un militant social conștient, un om demn, responsabil, rațional.

În cultură ne bucurăm de o mișcare artistică viguroasă și elevată, de talente autentice și foarte variate — lucru firesc la un popor atît de înzestrat, creator al unei inestimabile zestre spirituale milenare. În anumite genuri putem spune cu mîndrie că nu ne simțim cu nimic mai prejos decît țările cu mare faimă artistică. Apare, de aceea, cu atît mai nejustificată o anumită tendință provincială de a mima străinătatea tocmai în ceea ce are ea particular. Desigur, trebuie să ne împărtășim din tot ce e prețios și nou în experiența artistică a lumii, dar nu pentru a ne estompa individualitatea ci, dimpotrivă, pentru a contura și mai bine originalitatea creației naționale. De ce să ne prefacem, într-o operă sau alta, că gîndim și simțim ca alții din punct de vedere estetic, atunci cînd avem de exprimat o sensibilitate proprie, românească, extrem de interesantă și inedită, capabilă ea însăși să îmbogățească și să diversifice cultura universală. Doar și pînă acum ne-am putut distinge numai prin mari originali ca Eminescu și Caragiale, Panait Istrati, Brâncuși sau George Enescu. Cea mai mare greșeală pe care am putea-o face în artă, ar fi aceea de a refuza să fim noi înșine, ignorînd experiența istorică și chiar existențială, cu adevărat emoționantă a poporului român, personalitatea sa demnă de cel mai mare interes nu numai aici, acasă, ci și pe plan universal.

Festivalul « Cîntarea României », pe lîngă celelalte atribute și îndatoriri, o are și pe aceea de a face fuziunea deplină dintre creația noastră artistică nouă, și înțelepciunea, sensibilitatea, profundele particularități spirituale ale poporului. Raportul tovarășului Nicolae Ceaușescu ne îndeamnă să facem din concepția revoluționară a partidului flacăra vie care să lumineze întregul drum al societății, întreaga viață a oamenilor, astfel ca în tot ce întreprindem să palpite spiritul revoluționar. În ce privește ideologia și cultura, un asemenea deziderat nu se poate realiza doar printr-o voce mai ridicată sau mai stridentă a celor chemați să le facă. Cu atît mai puțin, printr-un joc gratuit de umbre, oricît de grațioase ar fi acestea. Atingerea acestui țel cere, în primul rînd, o tot mai largă și solidă pregătire culturală, științifică, teoretică, o mai mare adîncime a cugetului, o vibrație intelectuală mai intensă, în ritm cu viața și preocupările poporului. Vom fi revoluționari prin forța și frumusețea mesajului umanist al ideilor, operelor și acțiunilor noastre — a subliniat vorbitorul. Vom fi revoluționari în măsura în care tot ceea ce facem va înnobila sufletul și va tonifica voința de mai bine și puterea de dăruire a oamenilor. Vom fi revoluționari dacă prin ceea ce scriem, spunem și facem vom reuși să sporim elanul poporului nostru, angajat în grandioasa competiție a progresului. Vom fi revoluționari dacă vom face din idei, din artă, din toți factorii de educație, o baricadă a spiritului împotriva vechiului din noi, din societate, din întreaga lume, o rampă de lansare a marilor adevăruri și idealuri ale comunismului. La acest Congres de importanță istorică al partidului, simțim datoria să ne angajăm, în numele tuturor celor ce activează pe tărîmul ideologiei, culturii, presei, să dăm muncii noastre viitoare un asemenea conținut, pentru a fi la înălțimea noilor cerințe ale societății și îndemnului înflăcărat al secretarului general.

De la Tribuna Congresului al XII-lea vreau să aduc cel mai cald omagiu marelui comunist, a cărui muncă titanică și a cărui gîndire scăpărătoare și-au întipărit efigiile pe noul destin al poporului nostru, pe cea mai strălucită pagină din istoria modernă a României, omului de stat cunoscut și stimat pe toate meridianele lumii datorită curajului, principialității și puterii de convingere cu care luptă pentru pacea, dreptatea și fericirea popoarelor — tovarășul Nicolae Ceaușescu. Prin cele spuse consider că mi-am motivat pe deplin votul pe care-l voi da pentru realegerea celui mai proeminent exponent al poporului român, în înalta funcție de secretar general al partidului nostru.

Din cuvîntarea tovarășei Suzana Gâdea

delegată a organizației județene de partid Maramureș

Vă rog să-mi permiteți să exprim, de la acest înalt for al comuniștilor, aprobarea totală și adeziunea entuziastă a tuturor celor ce lucrează în domeniul culturii și artei, al tuturor creatorilor de valori literar-artistice, față de Raportul prezentat de tovarășul Nicolae Ceaușescu, strălucită analiză a vieții politice interne și internaționale. Ne asociem, cu deosebită stimă, voinței unanime a partidului și poporului ca tovarășul Nicolae Ceaușescu, revoluționar și patriot înflăcărat, simbol al înfloririi României socialiste, promotor de frunte al aspirațiilor de pace și strînsă colaborare între națiuni, să fie reales în funcția de secretar general al partidului.

Aducem, de asemenea, un fierbinte omagiu de apreciere și dragoste tovarășei Elena Ceaușescu, eminentă personalitate politică, remarcabil om de știință, care, fără a-și precupeți forțele, se dăruiește cu abnegație activității desfășurate spre binele și fericirea întregului popor, stimulînd cu energie și impresionantă capacitate creatoare știința și învățămîntul românesc, înflorirea artei și culturii în patria noastră.

Dînd expresie năzuințelor supreme ale națiunii, aplicînd în mod creator principiile socialismului științific la condițiile concret-istorice românești, Raportul Comitetului Central al partidului, prezentat de tovarășul Nicolae Ceaușescu, documentele Congresului al XII-lea stabilesc calea înfăptuirii în continuare a prevederilor Programului partidului, deschid noi și luminoase perspective făuririi societății socialiste multilateral dezvoltate și înaintării României spre comunism.

În continuare, vorbitoarea a arătat: Așa cum s-a subliniat, în această perioadă s-au obținut realizări însemnate și în domeniul culturii și artei. Au apărut opere valoroase, în care trecutul eroic al poporului și prezentul socialist al patriei și-au găsit o vie reflectare. Sîntem contemporanii unei emulații culturale cu caracter de masă, cum nu a mai cunoscut niciodată țara noastră. Relevăm cu profundă satisfacție că oamenii de artă și cultură din țara noastră, animați de ideile nobile ale socialismului, de sentimentele celui mai fierbinte patriotism, s-au dovedit a fi, așa cum i-a numit tovarășul Nicolae Ceaușescu, ajutoare de nădejde ale partidului.

Stimați tovarăși, după cum se știe, în ultimii ani, din inițiativa secretarului general al partidului, tovarășul Nicolae Ceaușescu, au fost instituite forme democratice în care se dezbat, cu participarea largă a creatorilor, a oamenilor muncii, problemele fundamentale din sfera culturii. Un asemenea for, a subliniat vorbitoarea, l-a constituit Congresul educației politice și al culturii socialiste. În contextul perfecționării și democratizării formelor de conducere și îndrumare pe tărîmul culturii se înscriu și măsurile de o însemnătate și semnificație deosebită cu privire la creșterea rolului și răspunderii organizațiilor de partid și de stat, de masă și obștești, a uniunilor de creație, a conducerilor colective ale redacțiilor, editurilor, caselor de filme, instituțiilor de spectacole, în munca de informare și educare a oamenilor muncii, în activitatea cultural-educativă și literar-artistică. Toate acestea sînt dovezi edificatoare pentru profundul democratism al orînduirii noastre, pentru atmosfera tonică de emulație și libertate creatoare.

Referindu-se la Festivalul național « Cîntarea României », vorbitoarea a spus: Constituind un elogiu adus muncii, creației materiale și spirituale, festivalul a înlesnit și a determinat o conlucrare strînsă între artiștii profesioniști și amatori, o apropiere continuă între fenomenul cultural-artistic și masele largi de oameni ai muncii, sub semnul dezvoltării conștiinței socialiste a celor ce muncesc, făuririi omului de o calitate nouă, cu o concepție înaintată despre lume și viață, animat de idealurile socialismului și comunismului.

Pe drept cuvînt însă, secretarul general al partidului, tovarășul Nicolae Ceaușescu, a criticat orientarea unor manifestări din cadrul festivalului spre serbări și concursuri folclorice și divertisment artistic, neglijîndu-se munca politică și educativă de masă, stimularea creativității tehnico-științifice, educația materialistă a oamenilor muncii, cultivarea spiritului revoluționar. Neajunsuri s-au manifestat și în sfera creației literare, publicîndu-se destule lucrări nesemnificative, ce nu răspund cerințelor contemporane, precum și în artele plastice, în producția de filme, în domeniul instituțiilor de spectacole teatrale și muzicale, în alte sectoare ale activității culturale în care am fost tributari formalismului și superficialității, tendințelor de a rezolva în mod facil probleme de importanță majoră ale vieții noastre spirituale.

În lumina strălucitului Raport, deschizător de istorice perspective, prezentat de tovarășul Nicolae Ceaușescu, a documentelor programatice ce vor fi adoptate de Congres, activitatea în sfera culturii și artei se cere substanțial îmbunătățită. Creșterea cu 26 la sută a cheltuielilor pentru cultură și artă în cincinalul 1981—1985 față de cincinalul anterior, care va asigura amplificarea acestei activități în concordanță cu cerințele mereu sporite de ridicare a nivelului de cultură al întregii populații, reclamă concentrarea și mai activă a forțelor noastre.

Răspunzînd orientărilor și indicațiilor cuprinse în Raportul prezentat de tovarășul secretar general Nicolae Ceaușescu, Consiliul Culturii și Educației Socialiste se angajează, a afirmat vorbitoarea, să-și îmbunătățească stilul de muncă, imprimîndu-i un mai puternic caracter militant, revoluționar. Vom acționa mai ferm și mai consecvent pentru ridicarea exigenței ideologice și artistice față de actul de creație, pentru a determina realizarea de noi opere, cu tematică majoră, care, într-o amplă deschidere de genuri și modalități, biciuind stări de lucruri negative și concepții înapoiate, să reflecte convingător dinamismul societății, unitatea de acțiune a tuturor cetățenilor, fără deosebire de naționalitate, în procesul de edificare a orînduirii socialiste și comuniste.

Din cuvîntarea tovarășului Ilie Rădulescu

delegat al organizației județene de partid Ilfov, la Secțiunea pentru problemele ideologice, ale activității politice, culturale și de educație socialistă

Doresc înainte de toate — în consens cu întregul Congres — să relev însemnătatea deosebită pentru prezentul și viitorul poporului nostru a Raportului prezentat Congresului de către tovarășul Nicolae Ceaușescu, secretarul general al partidului. Prin analiza drumului parcurs de națiunea noastră, Raportul se constituie într-o strălucită frescă socială și politică a realizărilor impresionante înregistrate de poporul nostru în acești ani de puternic avînt creator. El jalonează, totodată, perspectivele dezvoltării României în următoarea perioadă istorică, deschizînd noi și largi orizonturi realizării Programului de făurire a societății socialiste multilateral dezvoltate și înaintare a României spre comunism. Pe bună dreptate se subliniază că tot ce am înfăptuit, tot ce proiectăm pentru viitor reflectă marea capacitate de sinteză politică, de organizare și conducere a partidului nostru, care își exercită cu succes misiunea încredințată de popor de forță conducătoare a societății. Totodată, consider necesar să evidențiez și eu rolul determinant, aportul de prim ordin teoretic, politic, organizatoric, de concepție și acțiune al tovarășului Nicolae Ceaușescu. Îmi fac, de aceea, o datorie de onoare de a exprima aici, în cadrul Congresului, deplina aprobare față de Raportul Comitetului Central, de proiectele de documente aflate în dezbaterea și decizia Congresului, de întreaga politică internă și internațională a partidului nostru. Totodată, avînd în vedere înaltele calități de conducător, probate prin întreaga sa activitate revoluționară, personalitatea sa politică proeminentă, trăsăturile de patriot și internaționalist consecvent, susținem cu alese sentimente de prețuire și recunoștință reînvestirea în înalta funcție de secretar general al Partidului Comunist Român a tovarășului Nicolae Ceaușescu.

În continuare, vorbitorul a subliniat atenția deosebită de care s-a bucurat, în anii care au trecut de la Congresul al XI-lea al partidului, activitatea ideologică și culturală din partea Comitetului Central, a secretarului general al partidului, tovarășul Nicolae Ceaușescu, importanța primordială pe care au avut-o Programul adoptat de Congresul al XI-lea, Congresul educației politice și al culturii socialiste, hotărîrile plenarei C.C. al P.C.R. din noiembrie 1976, consfătuirile organizate la C.C. al P.C.R. cu cadrele din domeniul ideologiei, educației politice și culturii, întîlnirile secretarului general al partidului cu oamenii de litere și arte, participarea sa la conferințele uniunilor de creație. Ideile teoretice, punctele de vedere originale elaborate în această perioadă de secretarul nostru general au îmbogățit tezaurul ideologic al partidului, au constituit un sprijin direct în pregătirea politică a comuniștilor, a oamenilor muncii, au sporit aportul gîndirii social-politice românești la afirmarea marxism-leninismului creator în lume.

Remarcînd progresele și rezultatele activității politico-educative desfășurate de partidul nostru în această perioadă, vorbitorul a stăruit asupra lipsurilor și neajunsurilor existente în propaganda de partid, în activitatea cultural-educativă, în domeniul științelor social-politice. Subliniind acordul deplin la criticile formulate în Raport, doresc să asigur Congresul de hotărîrea fermă a noastră, a celor care activăm în domeniul propagandei, de a acționa cu toată energia pentru înlăturarea acestora și realizarea în condiții superioare de organizare și eficiență a marilor sarcini ce ne revin din Programul partidului, din hotărîrile Congresului al XII-lea.

Vorbitorul s-a referit pe larg la sarcinile privind orientarea tot mai mult a întregii activități de propagandă spre educarea maselor, în primul rînd a tinerei generații, în spiritul patriotismului, al devotamentului față de patrie, partid și popor, al frăției dintre oamenii muncii români și cei aparținînd naționalităților conlocuitoare, asigurarea unui caracter permanent muncii de educare materialist-științifică a comuniștilor, a maselor de oameni ai muncii. Noile ediții ale Festivalului național « Cîntarea României » vor trebui să cuprindă mase și mai largi de participanți, să ridice pe un plan superior întreaga activitate cultural-educativă, astfel încît fiecare unitate și instituție socialistă, fiecare așezămînt de cultură să devină un adevărat focar de cultură și educație a maselor.

Pornind de la rolul important al literaturii și artelor în formarea conștiinței socialiste, de la înalta prețuire pe care partidul o acordă creatorilor de frumos, vom acționa împreună cu uniunile de creație pentru stimularea dezvoltării întregii creații literar-artistice pe coordonatele ideologice și estetice definite de partid.

O cerință esențială a muncii noastre ideologice o constituie participarea mai activă la mișcarea de idei care are loc în lume, afirmînd mai puternic concepția constructivă a partidului nostru asupra problemelor cruciale ale epocii actuale. În același timp, vom activa cu mai multă fermitate împotriva ideilor retrograde, a denigrărilor de peste hotare la adresa socialismului, a României, ai căror purtători caută să creeze stări de încordare, prejudiciind cauza cooperării, progresului, păcii și prieteniei între popoare.

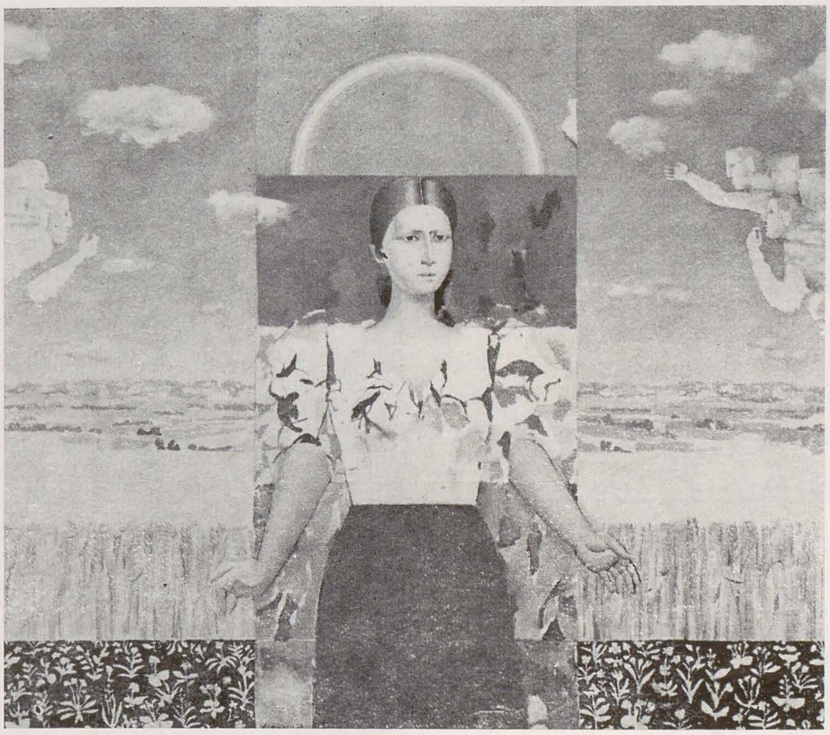
Doresc, în încheiere, să asigur Congresul, pe tovarășul Nicolae Ceaușescu, că lucrătorii din sistemul ideologiei și culturii, dezvoltînd ceea ce e pozitiv din experiența dobîndită și înlăturînd neajunsurile existente, vor desfășura o activitate politico-ideologică și cultural-educativă tot mai bogată, de o calitate și eficiență sporită, care să contribuie în măsură hotărîtoare la cultivarea în mase a spiritului revoluționar, la formarea omului nou, cu un larg orizont ideologic și cultural.

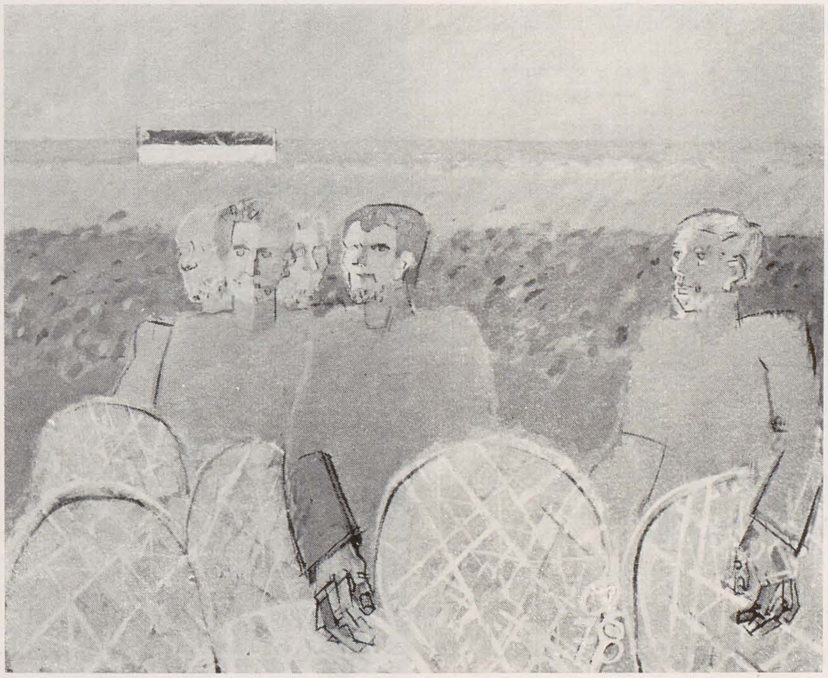
15 ani

Acest timp puternic înrîurit de spiritul creator — îndrumînd impetuoasa dezvoltare a civilizației și culturii noastre socialiste — al documentelor Congresului al XII-lea al Partidului Comunist, Român, timp al amplei, hotărîtei opțiuni populare de la 9 martie pentru candidații Frontului Democrației și Unității Socialiste, marchează de asemenea împlinirea a cincisprezece ani de cînd tovarășul Nicolae Ceaușescu, revoluționar înnăscut, comunist în cel mai deplin sens al cuvîntului, a fost ales in fruntea conducerii Partidului Comunist Român.

« Cei cincisprezece ani ai arcului existențial românesc — scrie profesorul și omul de artă Alexandru Balaci — desfășurat sub egida luminoasă a Președintelui țării, demonstrează, în fața lumii întregi, preocuparea constantă, a conducătorului nostru, de continuă înnoire, dinamismul revoluționar, înlăturarea absolută a oricăror tendințe de exclusivism sau rigiditate, de dogmatism înlănțuitor. Prin îndemnul său permanent, în orice arie a activității, Președintele țării creează și consolidează un climat favorabil tuturor elanurilor și căutărilor creatoare. El cheamă la receptarea și asimilarea, în mod creator, a tuturor valorilor materiale și spirituale, dincolo de spațiu și de timp. El arată că orice faptă umană trebuie să fie determinată de esența ei socială și etică, de responsabilitatea individului față de întreaga colectivitate umană, de inexistența fracturilor și opoziției dintre monadele imensului organism social al poporului, însuflețit de energia de a înțelege realitatea și viața, de voința de a le transforma, umanist ».

Acum, la un deceniu jumătate de cînd la cîrma destinului țării se află marele bărbat și comunist, ne angajăm încă o dată ca, urmîndu-i exemplul, să militām — așa cum ne îndeamnă cuvîntul său — pentru « intensificarea activității de educație și formare a omului nou, înarmat cu o concepție înaintată despre lume și viață, să manifestăm mai multă fermitate față de manifestările înapoiate, retrograde, față de concepțiile și moravurile vechii societăți. Să militām neabătut pentru ridicarea conștiinței și pregătirii politice, ideologice, profesionale, științifice și tehnice a tuturor cetățenilor patriei noastre ». A.





1. Tovarăşul Nicolae Ceauşescu (portret de Corneliu Brudaşcu)
2. MIHAI RUSU: Imn
3. MIRCEA ŞTEFĂNESCU: Studenta
4. GHEORGHE I. ANGHEL: Pescari
5. VIOREL MĂRGINEAN: Dealuri roşii

DÉSIGN´ I. v.t. 1. a destina
sau selecta mental (persoană
sau lucru pentru un folos), a
meni,a hărăzi,a desemna, 2. a
atribui (unui scop) sau in-
tenţie (acţiune), 3. a formu-
la planul (imagine,construc-
ţie, carte etc.), mental sau
pe hîrtie, ca model,4.a avea
de gînd să, a-şi propune, a
intenţiona să.

II. s. 1. ţel,scop,
plan mental, intenţie,2. pro-
iect, plan, calcul, 3. contur,
schiţă,desen de bază sau mo-
del pentru o lucrare la o al-
tă scară, alt material sau
elaborare.

DESIGNER s. proiectant, con-
structor.

DESIGNED adj. intenţionat,des-
tinat.

o dezbatere despre frumusețea utilului

Unul dintre țelurile majore ale revistei ARTA este, în mod programatic, stimularea procesului de integrare a artei în societate, integrare urmărită atît prin angajarea militantă a artistului și operei sale, cît și prin deschiderea căilor de comunicare către publicul larg, receptorul firesc și necesar al actului de creație. Evoluția fenomenului artistic din țara noastră pe parcursul ultimelor decenii poate demonstra cu prisosință că principala caracteristică a artei românești contemporane este conștientizarea relației operă-societate, de aici decurgînd importante mutații în sfera ideilor și — cu imperioasă consecință — în limbajul plastic utilizat.

Dacă pînă în preajma lui 23 August 1944 demersul liric era mai peste tot prezent în lucrările artiștilor români, chiar a celor mai importanți, după aceea s-a putut asista la o generoasă abordare a unor teme de gravă răspundere socială, epicul și dramaticul rostindu-se adesea prin opere de memorabilă referință pentru istoria artei românești în general.

Au fost realizate nu puține monumente și ansambluri de artă monumentală, iar lucrările « de șevalet » au luat nu doar calea muzeelor și a colecțiilor închise — ca odinioară — ci în primul rînd s-au așezat pe simezele locurilor de întîlnire social-culturală, în cluburi, în case de cultură, în școli, spitale etc. De-a lungul anilor, revista ARTA a urmărit toate aceste fenomene, punînd în dezbatere problemele caracteristice creației artistice contemporane, preocupată fiind să valorifice succesele, să analizeze cazurile de excepție. Dar, pe măsura trecerii timpului, în directă relație cu experiența acumulată, s-a conturat tot mai clar adevărul că problemele artei și ale frumosului artistic, în sensul cel mai larg al cuvîntului, nu se circumscriu la operele izolate, la creațiile cu caracter de unicat destinate expozițiilor, muzeelor sau decorațiilor de tip monumental.

Dimpotrivă, în condițiile uriașei producții industriale, a multiplicării produselor în serii de masă, problema calității formale, a expresiei estetice, se dovedește a fi de importanță centrală, cu numeroase implicații în cele mai neașteptate direcții.

Mult prea frecvent, vorbindu-se despre virtuțile artistice ale unui produs, se înțelege un adaos, o încărcare de ordin ornamental și un consum suplimentar de materiale cît mai costisitoare.

De aici și pînă la falsa estetică a « kitsch-ului » nu este decît un mic pas, deseori făcut de cei care gîndesc astfel.

În contextul procesului de socializare a conștiinței artistice, creatorii au înțeles că prezența lor în producția de bunuri destinate societății trebuie să fie mai directă și cu efecte modulatorii mai evidente, în scopul unei orientări corecte a forței de influențare de care dispune expresia formală a bunurilor materiale. Folosind aceeași cantitate de material și aceleași mijloace tehnice de producție un produs poate fi frumos, după cum poate fi urît. În confruntarea comercială, produsul frumos are o putere de circulație sporită, deci randamentul său economic este mai mare, cu alte cuvinte calitatea estetică poate fi un factor de eficiență în activitatea industrială.

Dar nu numai atît.

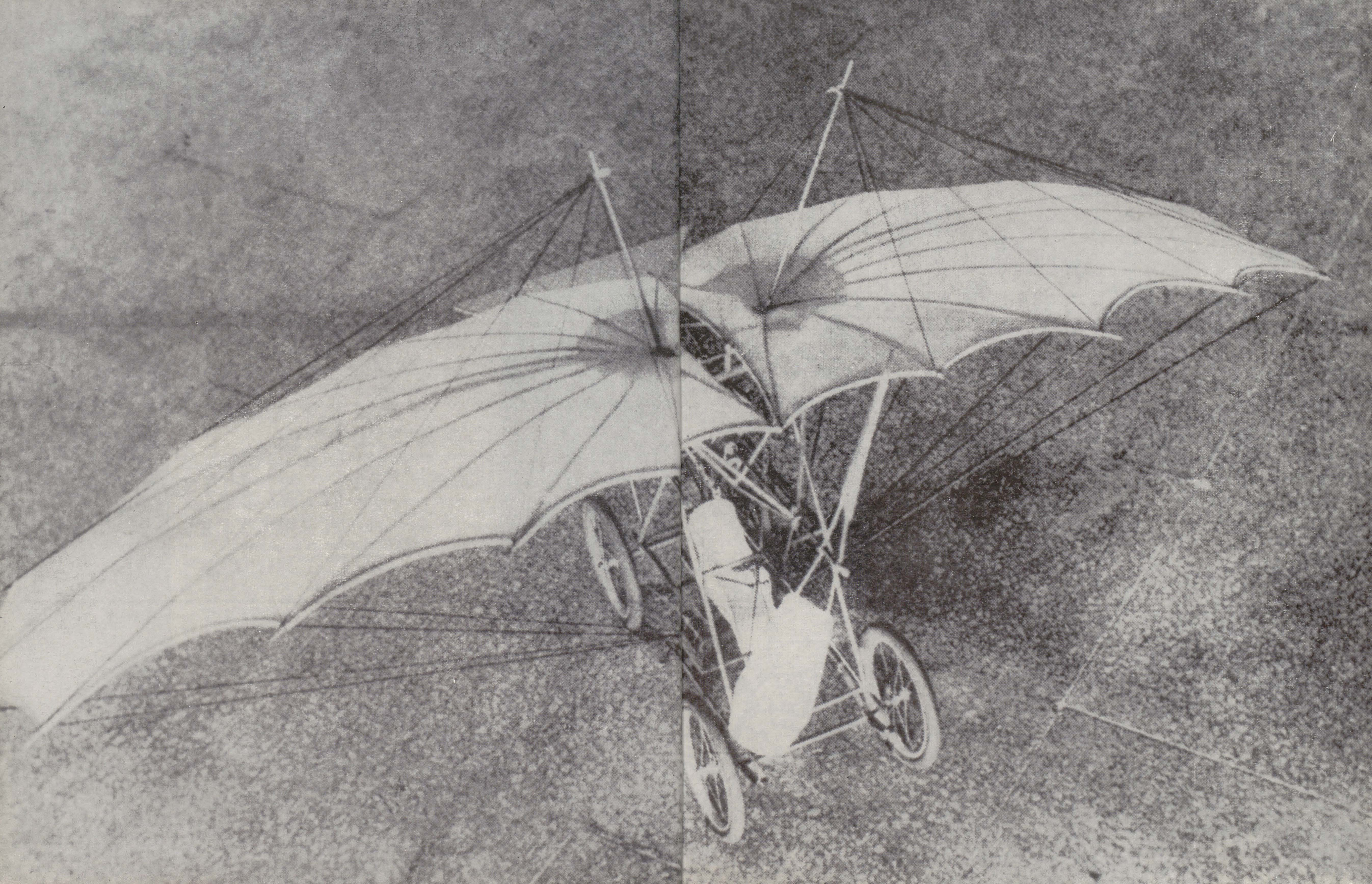
Dacă un anume produs industrial, oricît de modest ca destinație, este investit cu o calitate estetică — prin formă, culoare, finisaj — el acționează neîncetat asupra sensibilității vizuale, participînd pe nesimțite la instituirea unei stări de confort spiritual. O haină frumoasă (confecționată dintr-un material atrăgător, bine croită și comodă) poate stimula activitatea celui care o poartă, după cum o unealtă frumoasă și funcțională face mai plăcut și mai eficient procesul muncii. În fiecare dintre obiectele care compun cadrul de viață poate fi încorporată o doză de frumusețe, fiecare lucru poate fi înnobilat și umanizat prin actul de inspirată creație al artistului care știe să asigure produselor de serie industrială puterea de comunicare artistică a unicatului prototip.

La capătul unui asemenea proces de creație, cu generoasa perspectivă a multiplicării pentru a comunica mesajul de frumusețe către milioane de consumatori, ideea socializării artei dobîndește un sens niciodată bănuit pînă în epoca noastră.

Și pentru că principalul exponent al artei din industrie este *designul*, o dezbatere asupra problemelor sale de actualitate nu poate fi decît necesară.

R.

Macheta avionului lui Traian Vuia (pp. 2–3)



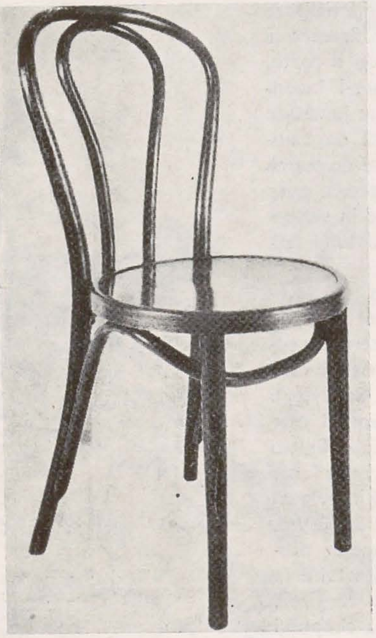
o artă ce aparține existenței umane

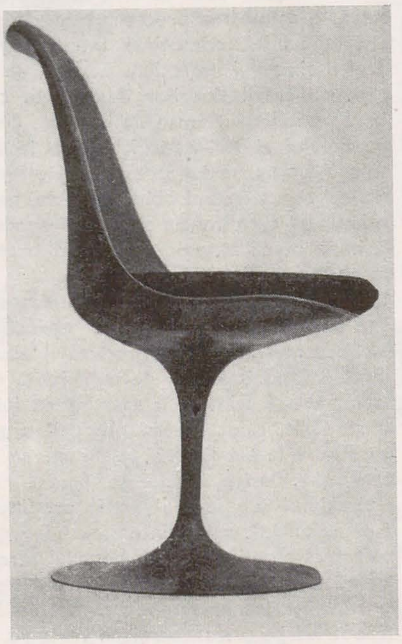
dan grigorescu

E, fără îndoială, foarte greu să se stabilească, între limite cît de cît precise, dacă arta ultimelor decenii s-a dezvoltat într-o direcție hotărîtă de principiile estetice ale unui curent dominant, așa cum s-a întîmplat, de pildă, în epoca barocului european, a neoclasicismului, a romantismului, a realismului. Structurile literare și artistice s-au constituit adesea ca urmare a acțiunii ideilor ce defineau direcții diverse, a intersectării lor în cîmpul culturii contemporane, « într-un asemenea chip — spunea cîndva Herbert Read — încît uneori nu se poate ști cu exactitate care e modelul, matricea și care forma derivată ».
O altă obsevație a lui Herbert Read e capabilă, cred, să atragă luarea-aminte asupra unuia dintre puținele fenomene care s-au produs, în ultima perioadă a istoriei culturii universale, cu o nedezmințită coerență de-a lungul unor coordonate continue: « artele, poezia, romanul — scria el în 1964 — s-au dezvoltat *cu fața spre public*, contestînd existența unor teritorii pe deplin autonome, a unei separări de universul existenței sociale ». Traversăm o perioadă în care istoricul culturii are posibilitatea să cuprindă, într-o perspectivă relevantă, realitățile creației din deceniile ce au trecut de la război pînă astăzi; totuși, trei decenii și jumătate înseamnă un răstimp destul de îndelungat încît să permită analiza unei întregi viziuni istorice constituite acum. Și e limpede pentru orice observator lucid că una dintre tendințele fundamentale este aceea de creare a unei culturi ce se afirmă ca participantă și nu doar ca martoră la fenomenul istoric contemporan. Consecințele pot fi urmărite în planuri diverse ale creației literare și artistice. Ele sînt semnalate nu numai de impunerea unei sfere tematice tot mai clar definite, a unor subiecte desprinse din lumea agitată a realităților istorice, încărcate cu dramatice semnificații ale existenței, îndemnînd la o gravă meditație asupra destinului întregii umanități. Nu numai formele de expresie s-au conturat ca modalități de adecvare a raporturilor dintre artă și realitățile sociale; dar s-au consolidat genuri întregi cărora li s-a conferit o firească importanță, decurgînd din idealurile civice ale umanității contemporane. Temeiurile teoretice ale afișului, ale caricaturii publicitare, de pildă, s-au îmbogățit considerabil cu argumente filosofice, estetice, sociologice, psihologice, astfel încît tradițiile acestor arte, prin definiție arte ale forului public, au fost fertilizate mai mult decît oricînd în istoria culturii universale.
Dar genul care a cunoscut cea mai amplă dezvoltare, în condițiile accentuării caracterului social al creației artistice, a fost, neîndoielnic, *designul*. Un comentator al fenomenului, Montgomery Schuyler, încerca să stabilească trăsătura fundamentală a evoluției genului în această perioadă, stabilind un fapt care mi se pare cu adevărat esențial: « planșeta proiectantului a devenit un spațiu în care se întîlnesc principiile ingineriei, ale arhitecturii și ale artei plastice. Nu se poate vorbi despre o ,,înfrumusețare" a obiectului, în sensul adăugării unor detalii ornamentale; ci de o *funcționalizare a esteticului*, adică o creștere a gradului de conștiință a artistului care creează pentru nevoile cotidiene ale unui public dornic, evident, să se întîlnească, totuși, cu frumosul ». Observația, formulată în urmă cu aproape două decenii, e sumară în comparație cu exigențele impuse de dezvoltarea mai recentă a genului; dar ea poate sugera ideile de la care, în jurul lui 1960, s-a pornit la constituirea unei direcții noi în arta modernă. Desigur, tendința nu reflectă decît în parte direcțiile fundamentale ale gîndirii artistice din această vreme: William Morris nu ar fi vorbit altfel despre rosturile artei. Ceea ce e, însă, esențial în actuala etapă, e amploarea procesului de « funcționalizare a esteticului », consecință întru totul firească a lărgirii cîmpului de acțiune a artei, pe de o parte, a « proliferării tipurilor de obiecte care-l înconjoară pe individul uman, în cea de-a doua jumătate a secolului al XX-lea ». Precizare făcută de Lawrence Alloway, unul dintre istoricii cei mai de seamă ai artei *pop*, ale cărei obîrșii trebuie, negreșit, puse în legătură cu « invazia obiectului produs în serie » și, implicit, cu atitudinea polemică a artistului față de eludarea criteriilor estetice.
Aparent, deci, *designul* ar fi (așa cum se mai înțelege uneori) răspunsul dat de « produsul în serie mică », « individualizat », produsului industrial, « copleșit de anonimatul și de indiferența mașinii care l-a lucrat » (cuvintele îi aparțin tot lui Schuyler). În realitate, caracteristica esențială a genului este « aspirația la totalitate », așa cum ar fi definit-o Kandinsky. *Designul* năzuiește să pună *întreaga* lume a vizualului sub semnul artei; produsul individual și produsul în serie îl interesează în egală măsură, pentru că aparțin la fel universului în care se desfășoară existența umană. « Totalitatea » acestei arte se exprimă într-un chip convingător în lărgirea, deopotrivă pe orizontală și pe verticală, a cîmpului ei de acțiune.
Mișcările conduse, mai ales în ultimii 10—15 ani, de diversele asociații de apărare a mediului înconjurător au relevat din nou artistului, proiectantului, arhitectului obligația de a se supune unor cerințe ale unei naturi care, violentată, alungată din aglomerațiile urbane, devine — pentru mulți locuitori ai orașului modern — o îndepărtată, firavă, romantizată amintire. « Echilibrul spațiului ecologic » despre care vorbea (și părea, atunci, că viziunea lui e lipsită de temei real) Frank Lloyd Wright se impune ca o necesitate vitală a omului de la acest sfîrșit de secol al XX-lea. Orașul nu poate fi altceva decît o ipostază specifică a naturii: în fața planșetei, arhitectul meditează cum să păstreze sau să aducă din nou natura în oraș. Epoca urbanismului sărăcăcios, a caselor abia luminate de reflectarea soarelui din ferestrele vecinilor, a curților interioare din care întunericul și miazmele nu puteau fi niciodată alungate, epoca pragmatismului banal și inuman a apus. Orașul e o operă de artă funcțională, la edificarea căreia participă arhitectul, inginerul și artistul. Deocamdată, evident, planurile unui asemenea oraș abia se schițează; important e că s-a ivit conștiința modelatoare, că *se știe cum trebuie* să arate el.
În țara noastră, în care procesul de urbanizare e atît de rapid, iar progresul material și spiritual constituie un țel al politicii Partidului, materializat în cutezătorul Program de dezvoltare, problemele sînt, neîndoielnic, complexe. Toate sectoarele existenței sociale se definesc ca domenii de manifestare ale grijii față de om, față de frumusețea vieții sale zilnice. Monumentul, fîntîna din piața publică, edificiul, clădirea de locuințe sînt numai elemente ale unei realități care, de fapt, cuprinde un teritoriu mult mai larg. De la obiectul vieții zilnice, de la vehiculul de transport în comun, pînă la interiorul locuinței, al uzinei, al școlii, la înfățișarea străzii, totul cade sub incidența unei « arte globale ». De aceea s-au dezvoltat, atît de impetuos, ramuri noi ale sociologiei și ale psihologiei. *Designul* e cel dintîi care își culege avantajele din această situație.
Artă prin excelență a forului civic, el are dreptul și obligația să depășească stadiul creației din expozițiile de artă decorativă. Pentru că aparține spațiului existenței umane.

designul și logica stilurilor

vasile drăguț

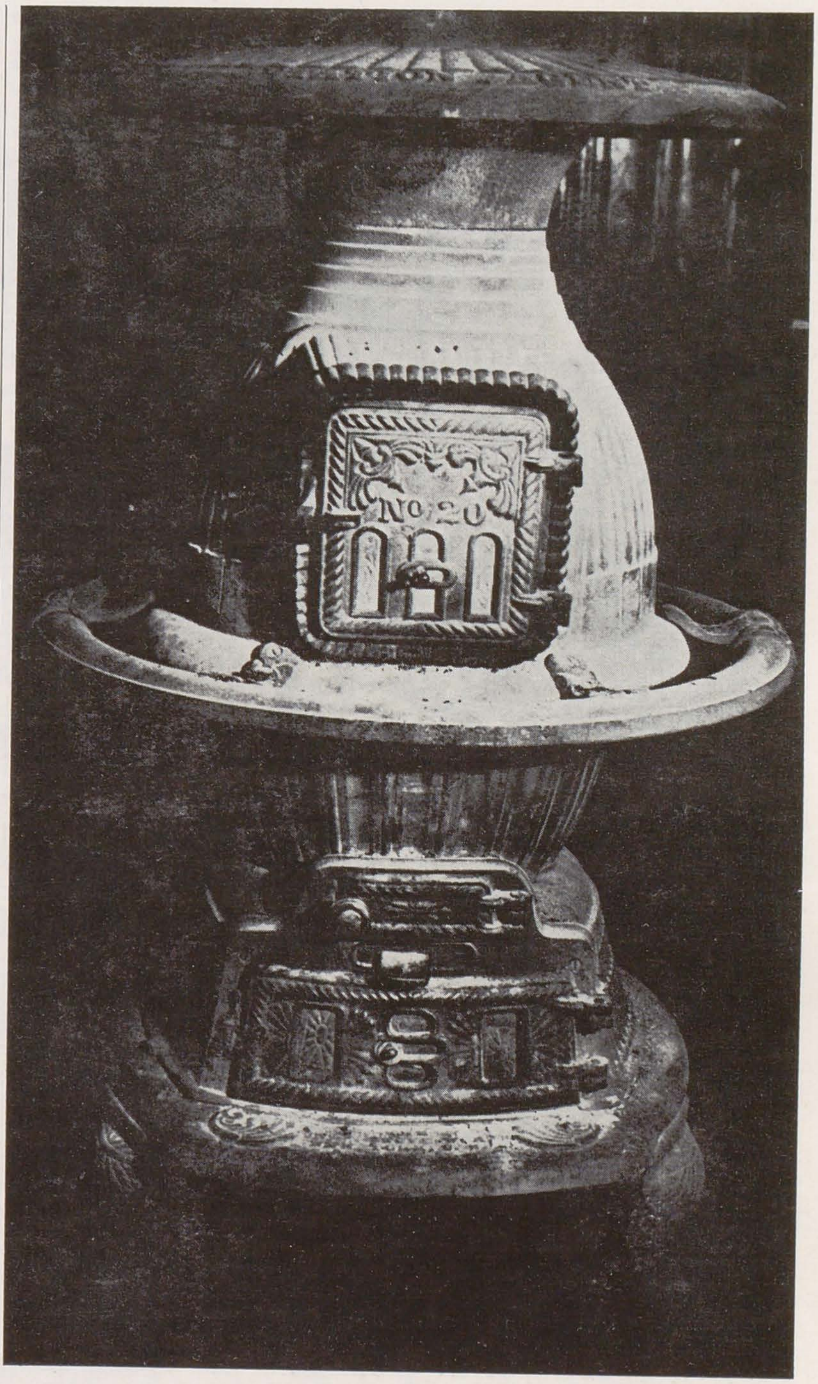




1. Scaunul Thonet (Viena, 1859)
2. FERO SAARINEN: scaun cu un picior (1957)
3. MIES VAN DER ROHE: scaunul Barcelona (1929)

Se spune că cel care aleargă după doi iepuri nu prinde nici unul. Și totuși, în momentul în care redacția revistei ARTA a hotărît să consacre un număr dublu actualității designului, în atenția sa au stat, deopotrivă, mai multe obiective. Dincolo de dorința mărturisită a clarificării noțiunii de design — încă atît de controversată — s-a avut în intenție dezvăluirea importanței culturale (materiale și spirituale) a domeniului, atragerea tuturor categoriilor de specialiști la rezolvarea în comun a tuturor problemelor care se implică în complexa activitate care, într-un fel sau altul, cade sub incidența gîndirii de tip design.
Învăluită încă în vagul specific perioadelor de tatonare, sufocată de bunele intenții ale teoreticienilor de tot felul care au sfîrșit prin a-i conferi o înfățișare rebarbativă, noțiunea design continuă să fie întîmpinată cu suspiciune, ba chiar cu îngrijorare. De fapt, înainte de a vorbi despre noțiune ar trebui să vorbim despre cuvînt, pentru că — sub semnul suspiciunii — mulți sînt aceia care nici nu mai fac efortul să se informeze cu privire la sfera și conținutul noțiunii astfel denumită. Paradoxal, oameni care în vorbirea curentă folosesc fără nici un fel de complex lingvistic nenumărate neologisme devin subit puriști atunci cînd este încercată legitimarea cuvîntului design. Alergia la acest cuvînt îi afectează deopotrivă pe unii oameni de artă, care văd în el un exponent perfid al tehnicii, cît și pe mulți tehnologi care socot că întrînsul se ascunde o primejdioasă capcană a artei, ba chiar a luxului și risipei.
O foarte mare greșeală care se face este aceea de a crede că designul — acest cuvînt realmente nou pentru cele mai multe limbi ale pămîntului — se referă la o formă de activitate de curînd inventată, care își face loc cu coatele pentru a ocupa o poziție de seamă în viața oamenilor de azi. Evident, chiar dacă ar fi vorba despre o activitate nouă și s-ar dovedi valoroasă, tot ar trebui făcut efortul necesar pentru a-i înțelege calitățile.
Dar în cazul designului nici măcar nu ne aflăm în fața unei noutăți — decît doar din punct de vedere al teoretizării — pentru că pe planul activității practice el este o veche cunoștință (chiar dacă nenumită) a oamenilor. Este adevărat că cercetătorii problemei consideră că termenul design a fost pentru prima oară pus în circulație în anul 1851, după cum este evident că noțiunea de design a stat în atenția oamenilor de specialitate în legătură cu complicatele realități ale producției industriale.
În cele ce urmează nu ne propunem nici un excurs istoric, nici un fals rezumat al problemelor de ordin istoric. Din motive de ordin practic, vom supune atenției o prezentare de tip lexicografic a termenului discutat, remarcînd, din capul locului, că el implică două noțiuni distincte, una subordonată celeilalte.
DESIGN: 1) Concepție și metodă de creație care urmărește să asigure fiecărui produs (opere) un înalt randament funcțional (programatic), în condițiile unei economicități optime și a unei rezolvări estetice corespunzătoare. În cadrul ansamblurilor constituite (urbane, de muncă, domestice etc.) *designul* asigură deplina corelare a părților (obiectelor), în scopul obținerii unei ambianțe armonizate, cu respectarea funcțiilor (funcționalității), a principiilor economice date, a coerenței și autenticității de ordin estetic, în consens cu programele de reprezentare. 2) Disciplină de specialitate care aplică principiile enunțate mai sus cu particulară atenție asupra motivării estetice a produselor destinate multiplicării în cadrul proceselor industriale. Constituit ca disciplină autonomă în secolul nostru, *designul* se dezvoltă în condițiile unei neîncetate cooperări cu toate disciplinele care într-un fel sau altul se implică în producția și valorificarea produselor (sociologie, pshihologie, inginerie, marketing etc.).
Fără pretenția că definiția lexicografică de mai sus epuizează toate datele puse în discuție, dorim să reținem în atenție următorul aspect. Cei care manifestă neîncredere față de *design* constituit ca o disciplină autonomă specifică epocii contemporane ignoră primul sens care trebuie dat termenului, ignoră marele adevăr că pretutindeni și în toate timpurile creația umană a fost condusă (fie și instinctiv) de cîteva principii esențiale: nevoia de armonie, nevoia de eficiență, nevoia de economie, nevoia de frumos. Intenționat am citat în primul rînd nevoia de armonie, ca principiu ordonator general în cadrul căruia trebuie să se regăsească — fără contradicții — toate celelalte.
În perspectiva acestor adevăruri, lesne de controlat, înțelegem că în toate marile epoci de înflorire umană a existat o deplină corelare între:
A. posibilitățile materiale, nivelul tehnologic,
B. relațiile economice interne și externe,
C. orizontul spiritual exprimat prin gustul artistic și capacitatea de creație.
Evident, cele spuse mai sus au în vedere condițiile de ordin social și efectiva stratificare a posibilităților din cadrul societăților cu mai multe

clase. Dar, dincolo de această stratificare, vom observa că există unități funcțional-stilistice bine determinate atît în mediul țărănesc cu admirabilele sale demonstrații de creativitate, cît și în mediile urbane cu diferitele lor categorii.
Celui ce se ocupă de meșteșugurile și arta populară a poporului român i se revelă imediat o sumă de calități caracteristice: clara organizare funcțional-decorativă a interioarelor, logica expresivă a fiecărei unelte, admirabila noblețe a formelor și ornamentelor. Se recunosc în aceste calități mărturiile indubitabile ale tradiției, ale forței morale, ale sensibilității sufletești, ale generozității spirituale. Intuitiv, prin decantări operate succesiv de-a lungul multor generații, țăranul român a ajuns la aceste obiecte, la aceste ansambluri care sînt deopotrivă funcționale, frumoase, economice. În fond, toate acestea pot fi denumite cu acel cuvînt nou care descoperă o realitate veche: design. Reamintim că Einstein nu a inventat relativitatea ci doar a descoperit-o și a pus-o în valoare din punct de vedere științific și aplicativ. Mutatis mutandis, despre o asemenea descoperire este vorba și în cazul designului.
În același mod pot fi abordate toate marile stiluri tehnico-artistice din istoria omenirii. Pornind de la premisele unei societăți sclavagiste, Grecia antică a reușit să închege o strălucită sinteză a tehnicii de atunci și a gîndirii artistice dînd la iveală ansambluri urbane, statui, ceramică, toate deplin corelate și armonizate sub bagheta diriguitoare a unei concepții unitare. La fel se poate vorbi despre gotic, despre Renaștere, despre baroc sau — mai aproape de noi — chiar despre *arta 1900*, în fapt prima încercare de a armoniza tehnica modernă cu un limbaj artistic adecvat.
Se va observa că din exemplele amintite iese în prim plan un stil artistic. Nu este vorba despre trecerea tehnicii pe un plan secund, ci despre un alt adevăr de care trebuie să se țină seama: expresivitatea umană a tehnicii este asigurată prin intervenția artisticului. Iată de ce, fără remodelarea, mai corect spus fără sinteza estetică a produsului industrial, acesta amenință să fie rebarbativ, respingător.
Așadar, pentru a ne opri aici, vom spune că *designul* ca metodă de creație este, necesarmente, un apanaj al tuturor oamenilor. Indiferent de domeniul de activitate, indiferent de specialitatea proprie, toți oamenii sînt datori să cunoască legile secrete armoniei care guvernează creativitatea și producția în general. Dacă, pînă în epoca noastră, mai ales în mediul rural, deseori se confundau într-o singură persoană tehnologul cu artistul, astăzi, în condițiile industrializării, specialitățile s-au delimitat, ceea ce nu înseamnă că fiecare trebuie să se dezvolte separat. Dimpotrivă, fără o strînsă cooperare nu poate fi asigurată o producție de calitate, funcțională și estetică, aptă să satisfacă cerințele omului ca individ, ale societății ca organism colectiv.
Temeiul acestei necesare cooperări nu poate fi decît înțelegerea logici stilurilor, a armoniei de esență profund umană care conferă fiecărei epoci o inconfundabilă personalitate.
O posibilă bază de formare a tuturor celor care — indiferent de meseria sau specialitatea profesională — concură la procesul de producție a bunurilor materiale sau la crearea elementelor și cadrului de ambianță (domestică și publică) ni se pare a fi educația vizualității. Înțelesul pe care îl acordăm aici noțiunii de vizualitate este selectiv, reținînd ca definitorie capacitatea omului educat de a discerne între forme și imagini, disciplina opțiunii pentru ceea ce este armonios ca expresie, logic și justificat ca funcție. Pornind de la constatarea de bun simț, că nu toți oamenii pot să fie designeri, considerăm că este necesar ca absolut toți oamenii să fie educați în timpul anilor de școlarizare — de la grădiniță pînă în învățămîntul superior — pentru a ști să vadă, pentru a ști să opereze cu elementele specifice de comunicare vizuală. Deseori ne plîngem că unele produse sînt urîte, dar merceologii (cărora le datorăm faptul că asemenea produse ajung pe piață) se apără cu argumentul că ele se vînd. Ne aflăm în fața unui lung lanț al slăbiciunilor care se constituie ca fenomen cu grave repercusiuni sociale și economice (dar și culturale) pe fondul lipsei de educație vizuală.
Evident, designul nu poate rezolva de unul singur toate problemele ridicate în discuția de față. Dar marele său merit constă tocmai în evidențierea lucidă și perseverent metodică a tuturor aspectelor care se implică în calitatea de întrebuințare fizică și psihică a lucrurilor cu care venim în contact, lucruri care (chiar și atunci cînd sînt prin excelență de uz tehnic) pot încorpora un prețios coeficient de frumusețe autentică, prin aceasta devenind mai expresiv umane, prin aceasta stimulînd actul muncii și fantezia creatoare. Dacă n-ar fi decît aceste ultime rosturi și tot ar trebui să se acorde designului cea mai înaltă solicitudine.



4. *Sobă cu cărbune pentru o stație de cale ferată (sfîrșitul secolului trecut)*

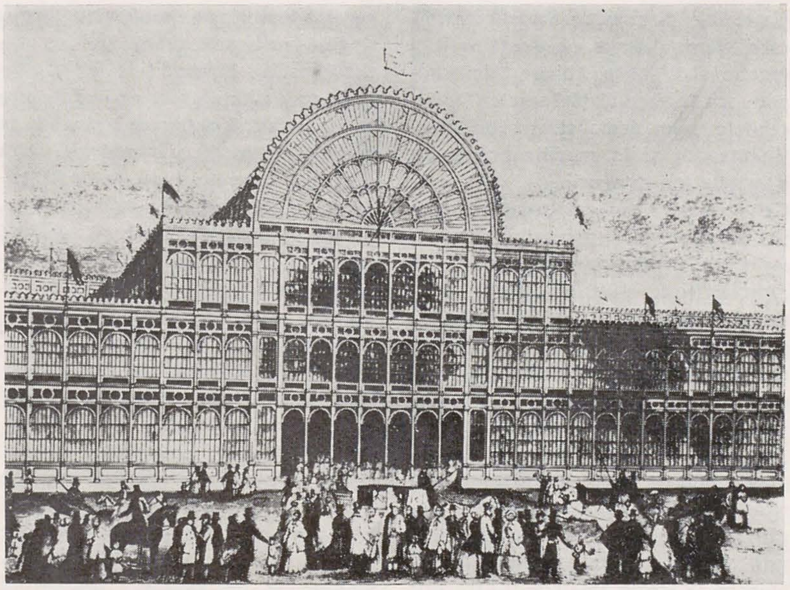
« Omul nu poate să accepte pur și simplu lumea obiectelor care îl înconjoară sau să se conformeze ei, fără să încerce să și le însușească. El trebuie să încerce să transforme aceste obiecte în organe ale vieții sale, o viață care se realizează între ele și prin ele. »

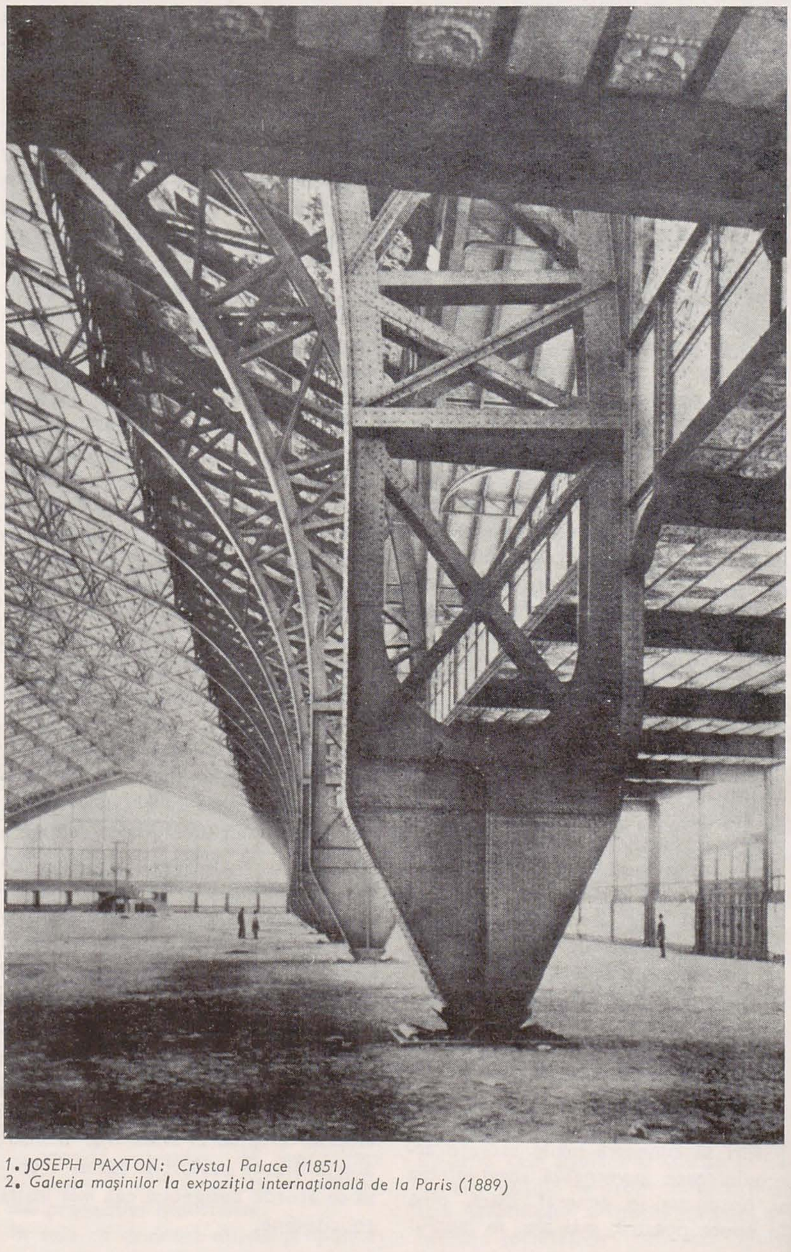
HERBERT MARCUSE

design și spațiu social

amelia pavel

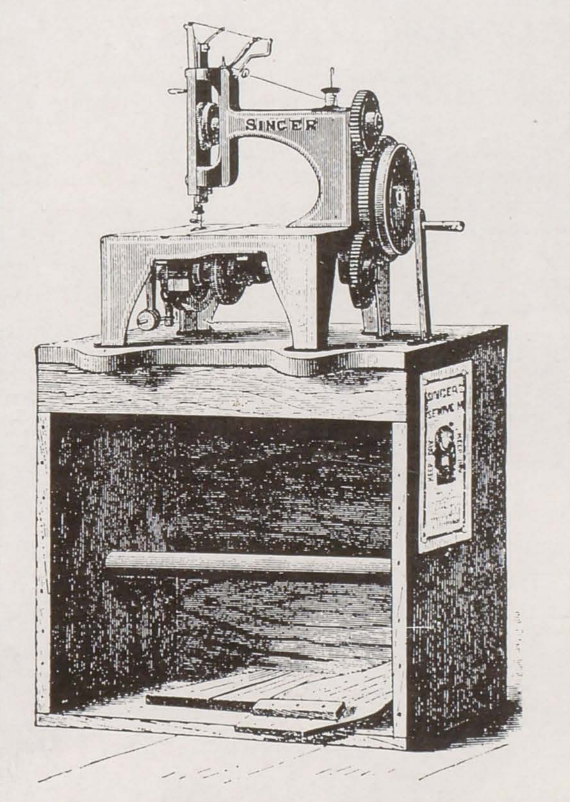
S-a discutat foarte mult despre design și discuția durează, în termeni și cu controverse aproape identice, de trei sferturi de secol, fără ca să existe, deocamdată, semnele unui acord perfect între părțile interesate: artiști, public — aici într-adevăr în sensul cel mai cuprinzător al cuvîntului — și industria — în special de bunuri de larg consum. Acord nu asupra importanței designului — unanim recunoscută — ci asupra raporturilor dintre funcția lui estetică și funcția lui socială. Stăruie în acest punct o prelungită confuzie între design și arta decorativă. Originea confuziei stă în controversa, faimoasă la începutul veacului, între partizanii ideii că designul, adică organizarea pe plan mare, deliberată, a răspunsurilor la necesitățile estetice cotidiene trebuie să salveze, cu orice preț, individualitatea obiectului de artă, proprie creației manuale de artă decorativă, și partizanii ideii că însuși faptul multiplicării, al serializării, implicit unei astfel de grandioase organizări estetice a cotidianului, dă naștere unor noi norme estetice, adaptabile specificului creației industriale și din care obsesia unicității s-ar cuveni să dispară. Unii din entuziaștii profeți ai vieții noi hărăzite « obiectului frumos » își susțineau cu candoare încrederea în mersul unilinear al unui gust artistic al viitorului, gust raționalizat, epurat de balastul înclinării pentru ornament și creator de valori artistice esențial apte de a se conforma posibilităților dar și limitelor mașinii. Mașina ca generatoare de « stil » pe întreaga arie a spațiului social, și deci ca generatoare de norme estetice, presupuse a fi singurele posibile și recomandabile în spațiul social al unei societăți industrializate, a fost una din ideile care, dela Muthesius și Behrens — primul consilier artistic al societății de electricitate AEG — la Bauhaus — înglobînd și o serie de experiențe ale constructivismului european, a dat cel mai puternic impuls afirmării designului ca problematică artistică autonomă, ca forță educativ-formativă. În același timp însă cu principiile pornite dintr-o stare de spirit de un optimism tonic și cu un bilanț de realizări a căror calitate artistică și adecvare funcțională își păstrează și astăzi interesul, fiind la baza multor formule actuale, aceste idei, adesea îndeaproape inspirate de predecesoarele lor au eliminat (prin absolutizarea unei anume concepții stilistice) din componenta spațiului social una din dimensiunile lui decisive: timpul. Și astfel au căzut în păcatul unei utopii fermecătoare, pe care realitățile istoriei și, mai ales, ale dialecticii psyche-ului uman în istorie o infirmau în subteran, fără ca totuși s-o poată contrazice deplin argumentat. Se adeverea că ispita « obiectului-operă », netipizabil, nevoia de a recunoaște în obiect însemnul demnității individuale a operațiunilor manuale, netransformate și netransformabile de mașină, ca și ispita unor încălcări în teritoriul artei decorative pure, eliberate de corsetul funcționalității, rămîneau — așa cum o prevăzuse Henry van de Velde — foarte puternice. Igiena desăvîrșită a vizualului cotidian, implicată în concepțiile Bauhaus-ului și a formelor înrudite cu el — De Stijl-ul, Neoplasticismul și toate variantele constructivismului pur — purta cu sine riscurile oricărei constrîngeri: căderea în extreme contrarii, uneori repetabile și chiar dureroase prin absurditatea lor. Fenomenul nu s-a lăsat prea mult așteptat. Chiar în cadrul marii expoziții pariziene din 1925, expoziție-sinteză, încă intitulată de « artă decorativă », apărea senzaționalul furnicar de tendințe și încrucișări care atingeau promiscuitatea și în care nobilul, impecabilul « stil al viitorului », învestit de vizionarii lui adepți cu semnificațiile unei morale a austerității obiectului, se vedea amenințat, pe de o parte, de formele pline, masive ale unei solemnități în reapariție parcă vindicativă; pe de alta, de gracilități și eflorescențe subtile, explozii ale imaginației mai puțin ordonate, afirmîndu-și drepturile și vitalitatea în universul marilor aglomerări urbane, al megalopolisului fizic și spiritual modern. Reconstituirea acelei expoziții, tot la Paris, în 1976, dezvăluia inteligenței și sensibilității noilor generații, cu experiența unui tempo interior diferit, întreaga complexitate, cu dimensiuni în adîncime, a unei probleme ca cea a designului, care de-a lungul deceniilor ieșise din zona mai senină a culturii și pătrundea tot mai mult pe teritoriul tulburat, dramatic, al vieții. Tinerii vizitatori ai expoziției priveau uimiți la eforturile stîngace, impulsive, confuze ale unor încercări artistice de a exprima alte realități ale raporturilor umane cu « obiectul », alte dimensiuni ale spațiului social în care obiectul acționează, decît cele exprimate de formele bine știute ale constructivismului geometric, ale « Art-déco »-ului pe latura lui puristutopică. În epocă, tensiunile acestea, în zilele noastre atît de evidente, nu au fost însă resimțite în toată amploarea și semnificația lor: apăreau doar ca niște distorsiuni ale gustului. Nici chiar experiențe din domeniul arhitecturii și ale arhitecturii de interior, atît de pline de sugestii pentru o situare veritabilă, multiplu înțeleasă, a funcțiilor ambientului în destinul umanității moderne, cum au fost propunerile grupate sub denumirea de expresioniste, prezentate la celebrul congres de arhitectură CIAM din Atena, în 1927, nu au fost înțelese în încercările lor (și ele practic greu realizabile și manevrabile) — de a preîntîmpina efectele unei ruperi de dimensiunile și experiențele trecutului, și ale rezumării la trăirea culturală exclusiv în prezent și viitor. Dialectica istoriei a scos însă la iveală clar și imperativ adevărul că existența în megalopolis-ul contemporan nu numai că nu anihilează setea umană de individualizare, națională sau personală, dar că o poate exacerba, în



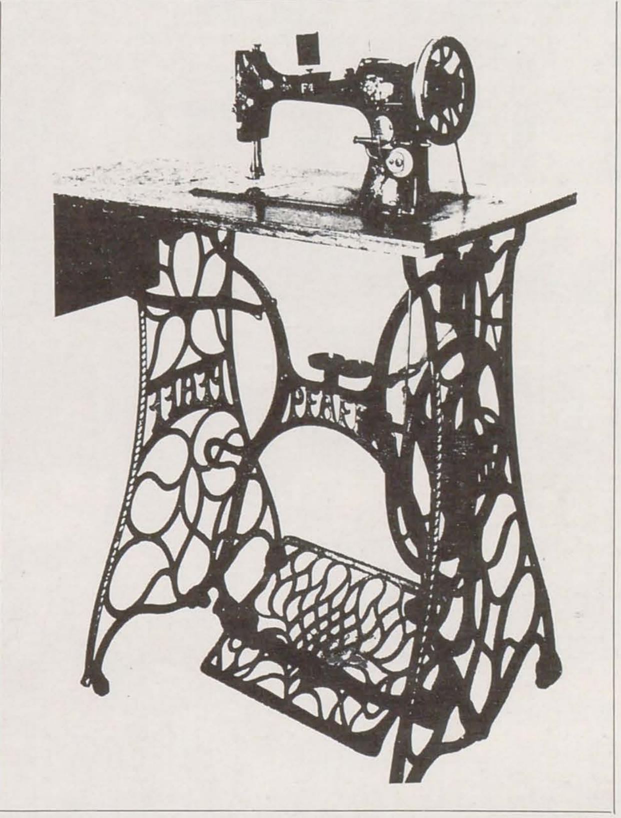


1. JOSEPH PAXTON: Crystal Palace (1851)
2. Galeria mașinilor la expoziția internațională de la Paris (1889)

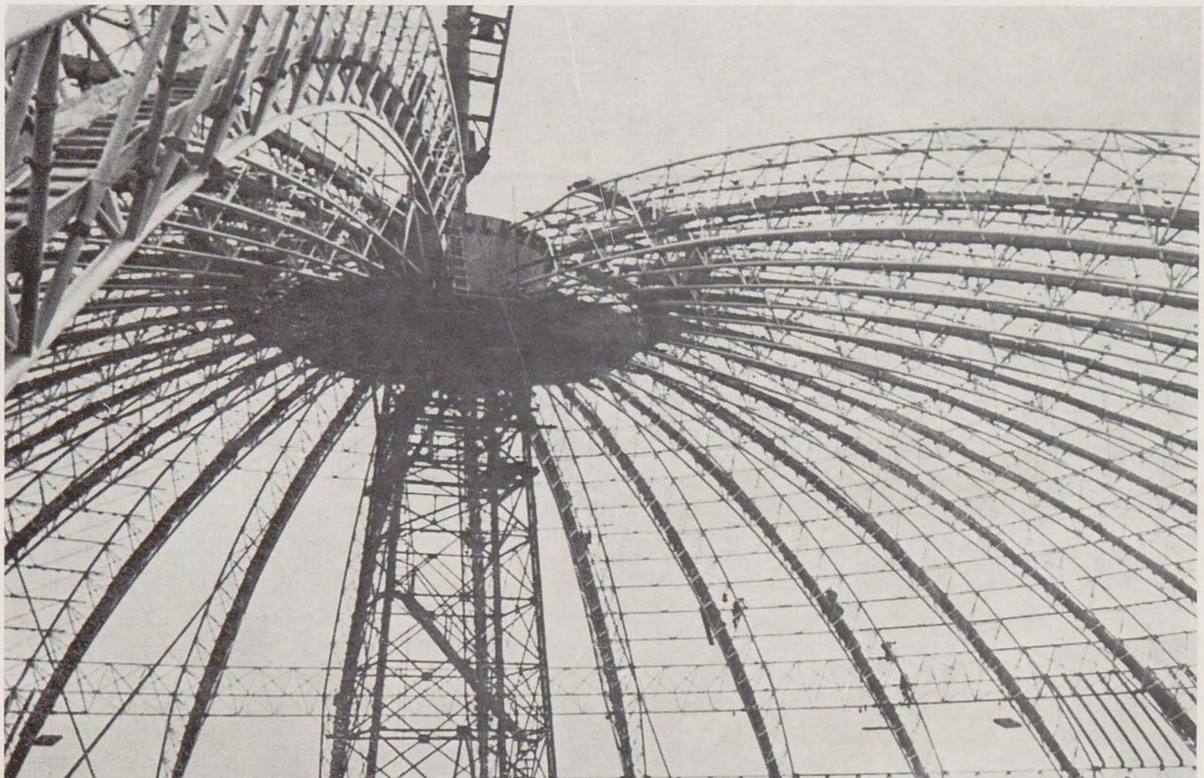
forme diverse, dintre care cele mai multe se răsfrîng în primul rînd asupra formelor de expresie prin obiectele cotidianului uman. Exigențele firești ale funcționalității acestor obiecte, la care se adaugă cele, la fel de firești, ale calităților de fond și formă, nu mai pot fi în exclusivitate reduse la stilizări-simboluri ale raționalului utilității. Ce însemnează în acest context interesul acut, pe plan universal, pentru obiectul — vestimentar sau de uz zilnic — autentic folcloric, « vechi », exprimînd valori ale trăiniciei și imaginației artizanale, individualizată național și uman? Oare altceva decît includerea dimensiunii timp real, timp istoric în procesul de autoidentificare a omului în ambianța lui de viață, în mijlocul obiectelor care-l înconjoară? Dar renașterea atracției pentru stilurile care au marcat etape în istoria ornamentului: barocul, manierismul, arta 1900 și altele? Oare nu recunoașterea unor nevoi de eliberare a fanteziei care apar tocmai în spațiul social cotidian? Luarea cu atenție în considerare a acestor aspecte — și nu sînt singurele — readuc la nivelul îndreptățit arta decorativă propriu-zisă, creație individuală, componentă a universului designului, dar nu numai sub forma de prototip destinat serializării, ci și ca memento permanent al faptului că spațiul social nu se poate lipsi, nici în concretizările lui cele mai umil-cotidiene, și de prezența fastă a inițiativei și gestului pe măsura omului. O atenție neîndestulătoare acordată acestor aspecte duce inevitabil la rezolvarea deturnată a nevoilor din care ele s-au ivit. Ornamentalismul întristător al unor produse despre care fabricanții respectivi pretind că sînt cerute insistent de publicul cel mai larg; kitsch-ul, a cărui definiție nici nu reușim propriu-zis sau nu îndrăznim s-o dăm, pentru că intuim că, pe undeva, răspunde unor nevoi pe care nu le canalizăm în direcții propice; obsesia « împodobirii » interiorului cu piese « lucrate de mînă », a căror aură estetică este în cea mai mare parte țesută din referințe la amintiri afective, din transpuneri și transferuri de spațiu social poate adesea artistic inadecvate, dar uman justificabile — toate reprezintă forme al unei exuberanțe vitale, care nu și-a depășit condiția elementară, dar ar putea fi ridicată la trepte mai înalte ale înțelegerii artistice. Un echilibru între dezvoltarea designului, a produsului de serie conceput artistic, în termenii unui funcționalism riguros, și dezvoltarea unei arte decorative fără prejudecăți și rutine, care să cultive valorile unicatului nu neapărat și imediat util, este astfel indispensabil pentru a se evita proliferarea hibridelor de tot felul, de la « gallé-urile » de serie la seria de bibelouri de « vitrină »; de la pretențiosul mobilier tip « stil » (sic !), la sculptura în crăcuțe de lemn așa-zis « stilizate » etc., care întunecă în continuare zarea ambianței noastre cotidiene.



1. *Mașina de cusut Singer (1851)*



2. *Mașină de cusut Pfaff (1900)*



3. *Construcție din oțel (cupolă autopurtată pe nervuri)*

1, 2, 3. Autobuz articulat DAC

aszalos geza

Noua generație de autobuze urbane «DAC»

Dezvoltarea rapidă a transportului în comun din ultimii ani ridică un număr tot mai mare de probleme tehnice, economice și umane în fața constructorilor de autobuze.

Studiul de design a rezolvat probleme ca: diversificarea gamei de fabricație prin modularea elementelor caroseriei și prin unificarea secțiunii tuturor tipurilor constructive;

— post de conducere ergonomic, conform normelor internaționale;

— organizarea interioară și dispunerea ușilor din două canaturi cu comandă dublă asigură un schimb uniform și rapid de călători;

— mărirea suprafețelor vitrale, delimitarea clară a suprafețelor de afișaj funcțional, utilizarea elementelor de mase plastice ca învelișul interior și exterior, reconsiderarea elementelor de susținere, au adus sporirea gradului de confort și securitate pentru pasageri.

Ameliorarea funcționalității, îmbunătățirea aspectului exterior și interior împreună cu raționalizarea construcției au mărit considerabil fiabilitatea și manevrabilitatea produsului.

— Autobuzul DAC se fabrică în prezent în patru variante constructive: DAC 117 UMD — Autobuz articulat; DAC 112 UDM — Autobuz solo; DAC 117 EM — Troleibuz articulat; DAC 112 EM — Troleibuz solo.

eugen holtier

Barca de agrement și pescuit

Dimensiunile mari (lung. 5 m, lăț. 1,80 m) au impus nefolosirea materialelor tradiționale, dată fiind rezistența specifică a placajului și a lonjeroanelor adoptate.

Structura de rezistență este inspirată de tehnologia aviației de sport, fiind construită din lonjeroane cu secțiuni reduse (15 mm×20 mm) și panouri transversale din placaj de 10 mm grosime cu distanța de 500 mm între ele. Restul corpului este confecționat din placaj de 5 mm.

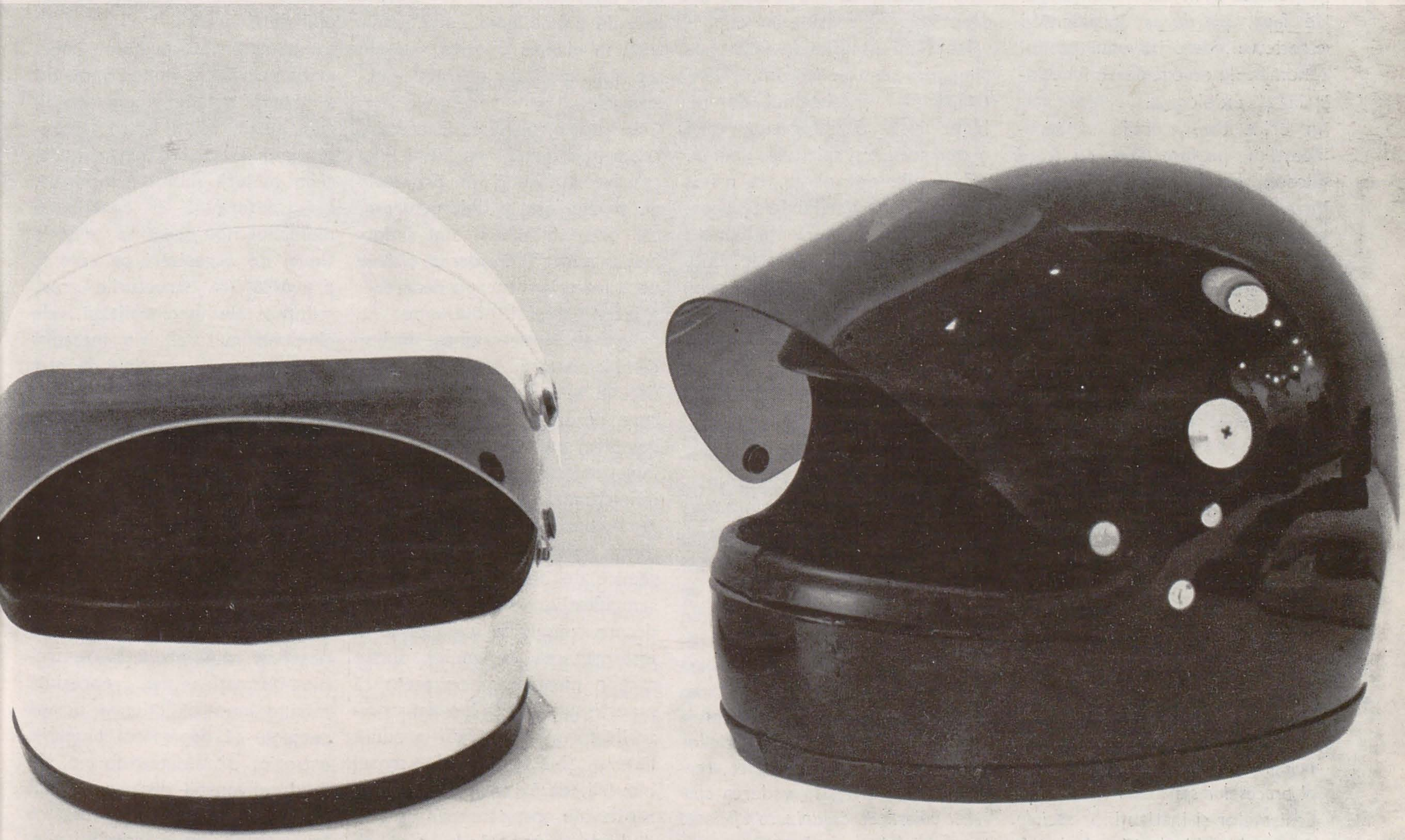
Impregnarea întregii suprafețe a bărcii a fost făcută cu lac de parchet peste care a fost aplicat un strat de poliester armat cu fibre de sticlă, pentru îmbunătățirea calităților de rezistență.

Bordajul este compartimentat etanș, astfel încît barca este nescufundabilă. Sistemul de comandă al motorului plasat în partea din față a ambarcațiunii conferă o mai bună vizibilitate și precizie în conducere. Cu toate că motorul folosit este de numai 12 CP, viteza medie este în jur de 20 km la oră, cu 6 persoane la bord. Vîslele de care dispune barca au furcheți cu sistem de asigurare și plutesc datorită construcției ușoare din țevi de duraluminiu cu padele tubulare din poliester armat cu fibră de sticlă. Corpul bărcii poate fi completat cu cabină.

Cască integrală

Modelul prezentat este o operațiune de stil. Forma modelelor existente a fost completată cu o nervură în partea inferioară frontală, cu funcție estetică și de mărire a rezistenței.

1, 2. *Barcă de agrement și pescuit; 3. Cască de motociclist*



inovarea produselor, factor de echilibru ecologic și social

paul caravia

1. Raportul informație-entropie și inovarea produselor

Este binecunoscut că prezumțiile unor gînditori moderni cu privire la *destinul artei* sînt construite pe îndoielile hegeliene susținute, în mod substanțial, de reflexiile asupra noilor relații pe care arta contemporană și contextul ei cultural le stabilește cu spiritul științific și cu tehnologiile subiacente. A fost resuscitat de asemenea interesul pentru exegezele asupra unor texte ale gînditorilor greci cu privire la raportul dintre artă și tehnică, dintre arte, și implicit al axiologiei estetice.

Designul ajunge adeseori în centrul atenției mai cu seamă cînd trebuie să se exemplifice presupozițiile referitoare la « integrarea » artei în structurile sociale și politice prin care se înțelege, de fapt, pierderea specificității esteticului, datorită unui posibil fenomen de omogenizare funcțională și axiologică.

În orice caz, trebuie să recunoaștem profunzimea cu care filosofii greci au intuit această problematică și mai ales acea zonă a activității umane ce exprimă *sinergia* spiritului creator și a cunoașterii abstracte pe de o parte iar pe de altă parte implicarea acestora în produsul fizic — cîndva manufacturier, industrial astăzi — al artefactului. Indisocierile și sinonimia termenilor « artă » și « tehnică », în reflexia anticilor, oferă și astăzi sugestii relevante pentru a prospecta căile unei *resincretizări* după ce ambele domenii au urmat calea necesarei *desincretizări*[1].

Designul este cu siguranță o ipostază a sinergiei IN MEDIAS RES. Dar numai a unei simple sinergii? *Inovarea* a fost înțeleasă de obicei ca o direcție pozitivă a *schimbării*, fie că se exercită în domeniul *tehnologiei, al produselor* (designul), al *proceselor spirituale* sau al *mecanismelor și instituțiilor sociale*. *Designul* echivalează, deci, în această perspectivă, cu domeniul *inovării produselor*, componentă a culturii vizuale și totodată a civilizației industriale. După cum se poate observa, în design inovarea nu este un concept exclusiv estetic, actul de inovare vizează toate structurile produsului inclusiv al expresiei artistice. Și cu atît mai mult designul nu trebuie redus la condiția unui demers estetic dacă nu se dorește riscul de a i se imputa derogarea de la prioritatea funcțional-utilă. Cum se și întîmplă adeseori.

Nici chiar inovarea nu este un indiciu al progresului în ordinea *existentului* deși, abstract și deci necontingent înțeleasă, ea ar reprezenta direcția pozitivă a schimbării.

Un examen hermeneutic riguros asupra evenimentelor ce compun schimbarea prin inovare ne îndreptățește să considerăm ca prevalentă în discuția de față problematica *sensului inovării*, a *FINALITĂȚII* sale și sistemul de valențe care o integrează unei ordini sociale și spirituale anume. Afirmațiile pot părea, la prima vedere, niște veritabile truisme. Dar pentru experiența umană numai referențialul valoric adoptat dă sens actului inovativ. Exemplificînd, putem spune că deși în societatea de consum inovația, prin design, a fost excesivă, nu a slujit, pe ansamblu, și unei rațiuni negentropice, inovarea fiind angajată în cursa risipei de resurse.

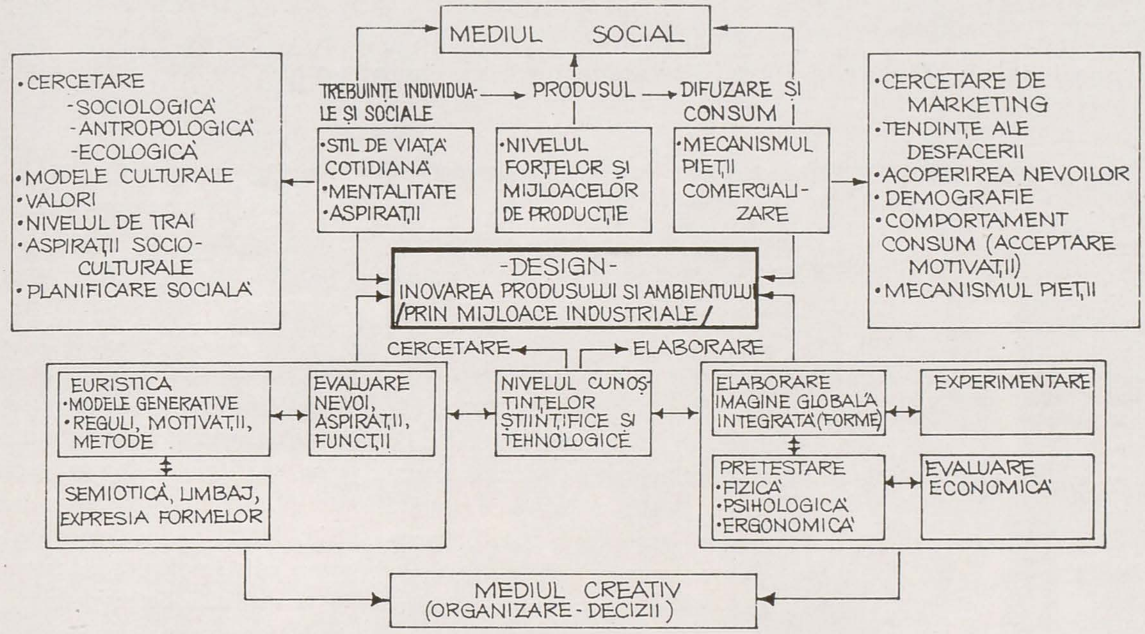
În acești termeni designul nu mai înseamnă un simplu proces sinergic ci o formă a *sinergiei eficiente*, o *măsură a organizării in medias res*, un indiciu de raționalitate. În consecință vom defini *inovarea produselor — designul* — ca o acțiune îndreptată spre transformarea (modelarea schimbării) parțială sau integrală dar esențială a caracteristicilor (formelor) produselor fizice, realizate industrial, în vederea *sporirii valorii de organizare eficientă a mediului de existență*.

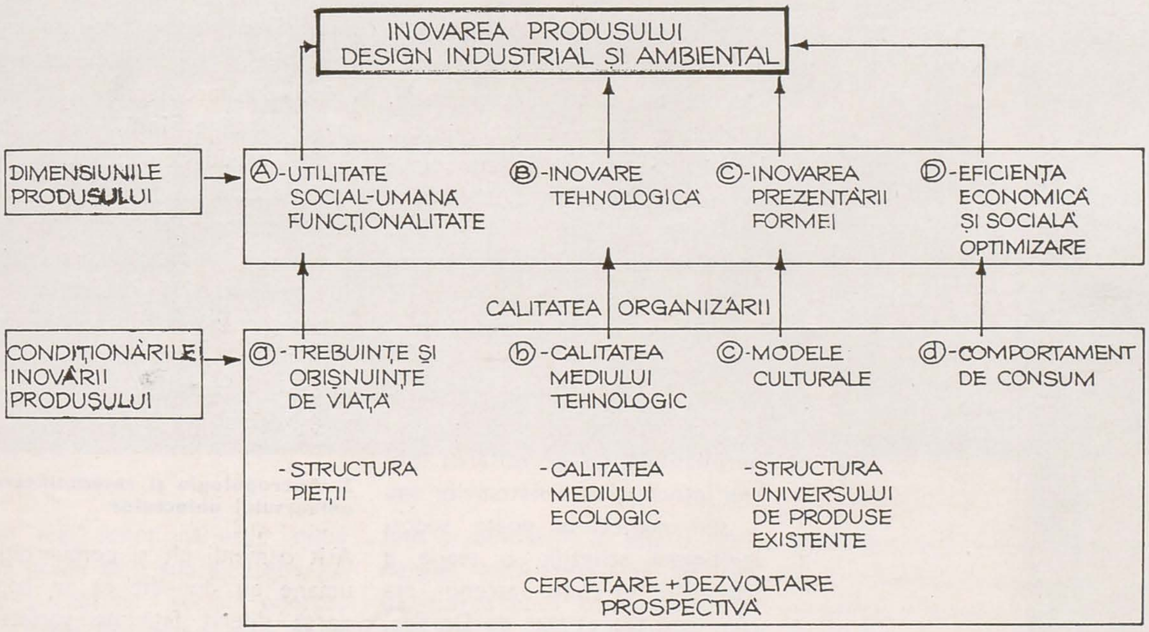
Definiția formulată de noi coincide în multe dintre notele sale cu cea adoptată de Seminarul Internațional privind învățămîntul designului din 1964[2], una dintre cele mai pertinente cred, dar se deosebește de aceasta prin sublinierea explicită a sensului, a finalității activității de inovare.

Temeiul teoretic al acestor postulări l-am găsit cînd, în studiile întreprinse[3], am ajuns la convingerea că o dimensiune esențială a *existentului* este și aceea definită prin *relația complementară* (în accepțiunea lui Heisenberg) *dintre entropie și informație*. Spre deosebire de așa zisa « triadă » a lui Wiener (substanță, energie, informație) pe care o considerăm tautologică, cele două concepte sînt considerate de noi ca stări, ce se manifestă în planuri diferite, dar ale aceleiași realități energetic-substanțiale.

Cele două planuri interacționează în direcția menținerii unei relative stabilități în procesele de structurare și destructurare, *ale căror măsuri și sînt* (informația a putut fi considerată *altceva* decît materia și energia deoarece, printr-o aceeași observație, nu se ajunge la detectarea stărilor complementare, nu se identifică deci în același moment tendința spre dezorganizare și starea ei complementară, de structurare). Funcționînd în regimul energiilor infinitizemale, informația operează coeziv și formativ iar în ordinea umanului, prin entitățile semice ale diverselor limbaje și semnificativ, cu sens. De aici decurg consecințe importante în interpretarea designului dintre care o menționăm pe aceea că nu este suficient să inovăm structurile formale ale unor produse fără a ține seama de sensul inovării, dacă rezultatul inovării nu devine costisitor pentru mediul de existență în care se produce. Cu alte cuvinte se cer identificate și limitele inovării, respectiv ale redundanței, deoarece o schimbare absolută echivalează cu degradarea energiei utile. Deci, este necesar să se afle *raportul optim dintre structurare și inovare* și cu acest raport să se opereze în activitatea de design. De pildă, a lansa pe o piață variante neraționale ale aceluiași produs, care nu sporesc contribuția la o mai bună organizare a activităților ci multiplică doar obiecte fetișizate, este dăunător echilibrului ecosocial chiar dacă utilizatorului îi rămîne senzația înnoirii. De asemenea, apariția automobilului nu a fost asociată cu evantaiul de consecințe pentru viitorul echilibru ecosocial și astfel avantajele sale parțiale au fost sub nivelul dezavantajelor declanșate în mediul de existență.

În această interpretare informația nu rămîne numai o măsură a « originalității » unui mesaj, cum susțin mulți dintre reprezentanții esteticii experimentale, ci o măsură multidimensională, care determină și contribuția mesajului nou creat la variatele tipuri de organizări pe care le provoacă (în structurile conștiinței, ale personalității, ale cîmpului cultural, ale mecanismelor ce pot contribui la atenuarea efectelor entropiei ecosociale). « *Sinergia eficientă* » exprimă tocmai acest optim al *calității organizării* fie în cîmpul cunoașterii și al valorilor fie în alte diverse zone ale realității fizice și ecosociale din care fac parte evident și *formele ambientale*. Sinergia eficientă decurge, după cum este lesne de observat, din interfața « entropie-informație » și reprezintă măsura în care acțiunea umană reușește să depășească *pragurile entropice* și să transforme, în mod convenabil pentru sistemul ecosocial, informația-cunoaștere în structurări necesare, deci neg-





entropice. Or, dacă admitem, odată cu profesorul N. Georgescu-Roegen[4], că orice produs nou sporește gradul entropiei accelerînd disipările energetice, atunci problema ridicată în cele de mai sus dobîndește o actualitate evidentă. Sînt economiști care studiind efectele inovației tehnologice au postulat faptul că o societate care nu este în stare să inoveze *continuu* și *sistematic* ajunge la o nivelare a venitului pe cap de locuitor, la stagnare, la degradarea energiei sociale eficiente. Este o pledoarie pentru societatea de consum? Dacă nu se ignoră sensul inovării și deci finalitatea sa, atunci prezumțiile respective vor fi oricum valabile și pentru *o societate bazată pe cerințe rațional satisfăcute*. În acest caz și indicatorul « valoarea de întrebuințare » a produselor nou create va trebui reinterpretat în sensul « valorii organizării eficiente a mediului de existență » (după opinia noastră nici indicatorul « calității vieții » nu disociază sensul efectelor scontate deoarece depinde de limitele potențialului socio-economic al comunităților, care este încă inegal, și nu de rațiunea ultimă, aceea a *eficienței necesare*). Meditațiile noastre ne-au întărit convingerea că lumea modernă devenind conștientă de *pragurile entropice* care se impun permanent a fi depășite — de aceea și acțiunile umane ar trebui să fie, în esență, strategii de escamotare a lor — a trecut la un examen critic căutînd de astă dată nu numai rațiunea « suficientă » ci mai ales *rațiunea eficientă* a tuturor demersurilor sale.

Care dintre activitățile considerate azi ca fundamentale pentru om vor trece acest examen? Arta și tehnologia în orișice caz, cel puțin pentru motivul că edifică zone specifice din realitate. Dar vor rămîne ele în forma lor tradițională? Aceasta pare însă mai improbabil. De exemplu, arta continuă să reprezinte nu numai un ancestral exercițiu de creativitate, dar și o modalitate specifică stilistic, de organizare a sensurilor afective și cognitive, în forme ce emerg din structurile conștiinței individuale și sociale, ce se exprimă semic și simbolic. Structuri dominant informaționale, ca și alte sfere ale culturii, arta ca și știința sau filosofia are și o mare forță anticipativă, de proiectare în orizontul posibilului. Tehnologia însă este un imens traductor al posibilului în real, a informației-cunoaștere în organizări energetic-substanțiale și prin aceasta ea slujește deopotrivă artei sau oricărui alt tip de proiect existențial. Nici arta și nici tehnologia nu sînt « Forma » realității (Marcuse) ci « Forme » ale realului posibil, în devenire. Dispariția artei, prin dizolvarea specificității ei în alte structuri ale sistemului ecosocial, prin « absorbția ei în ambient » este discutabilă. Dacă arta ca și oricare dintre activitățile fundamentale încetează să fie creativă, inovatoare de forme în direcția sinergiei eficiente, dispare prin entropizare și nu pentru că este artă sau dacă vreți design. Problema trebuie pusă de fapt în alți termeni și anume: în ce măsură dispune designul de programe pentru generarea structurilor formale, de maximă eficiență ale produselor și în ce măsură, societatea care trebuie să le valorifice, se va orienta ea însăși după criteriul *calității organizării?*

Designul, prin corealitatea obiectelor create, este eminamente o dimensiune a *ontologiei sociale*, constitutiv comunicațională, așa cum au arătat filosofi contemporani de sorginte marxistă, fenomenologică sau existențialistă. Astfel înțeles designul dobîndește o importanță deosebită în reglarea proceselor ecosociale, în susținerea echilibrului *dinamic* al sistemului ecosocial.

paul caravia - inovarea produselor, factor de echilibru ecologic și social

1. TAPIO VIRKKALA: *Cuțit de vînătoare*

2. Este posibilă o epistemologie a designului?

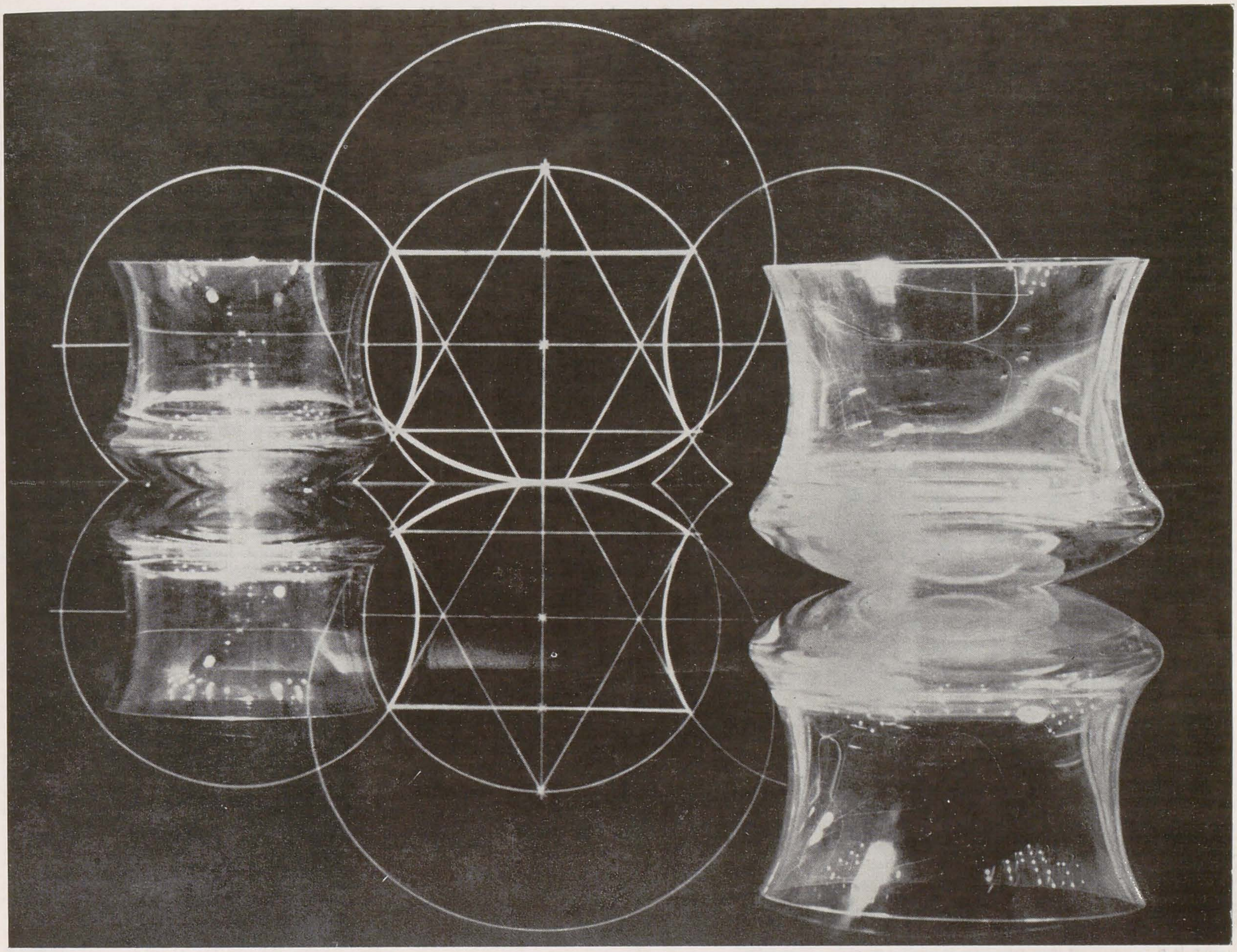
În măsura în care corealitatea obiectelor constituie un sistem de largă cuprindere în ontologia socială (avem în vedere aici sensul maxim al proiectării și inovării întregului univers de produse, a « mediului tehnic »), o epistemologie « regională », particulară este nu numai cu putință dar și imperativă pentru experiența umană.

De veacuri, produsele manufacturate sau artizanale au constituit, în timp, un *text* sui generis care a presupus o « lectură » corespunzătoare. Textul produselor industriale însă este mult mai structurat prin repetitivități inerente multiplicării în serii mari. Textul a devenit mai lizibil. Inițial ne-am aflat în zona *hermeneuticii obiectelor*, metodă folosită de istoria artelor decorative, a arhitecturii, de etnografie sau arheologie. Chiar și *iconologia* lui Erwin Panofsky rămîne o hermeneutică a figurativului.

În epoca noastră, însă, concomitent cu o estetică analitică, experimentală, cu dezvoltarea teoriei informației, a sistemelor sau a semiologiei se poate socoti legitimată științific o *teorie a obiectelor*, in statu nascendi, așa cum este teoretizată de Dorfles, Moles, Bourdieu, Baudrillard, Kepeș sau grupul Communication (CECMAS), Urbino, ș.a. Eforturile analitice sînt îndreptate în cel puțin trei direcții care se cuvin amintite pentru teoria designului: a) determinarea domeniului de cercetare și mai exact a modalităților de identificare și descriere a caracteristicilor și componentelor unui așa zis «text» format din obiecte (căruia îi sînt subordonate demersurile morfologice și iconologice) și a contextelor în care îl aflăm; b) structurile euristice și mecanismele generative ale formelor, pe care le implică universul de discurs specific (sistemele de obiecte) în condițiile în care trebuie să asigure o sporită calitate a organizării mediului contemporan de existență; elemente de semiotizare, formalizare și modelare în limbajul obiectelor; optimizarea deciziilor constructive; c) ca disciplină de intersecție teoria designului urmărește decelarea algoritmului de configurare *inter-* și *transdisciplinară*, problemă strîns legată nu numai de autonomia epistemologică a domeniului ci mai ales de organizarea și conducerea practicii designului; se impun a fi cu mai multă rigoare definite compatibilitățile funcționale, estetice, tehnologice, economice și sociale ale produselor și condițiile integrării acestora[5]. Principala problemă epistemologică rămîne însă, în ultimă analiză, modul de aplicare și operaționalizare a relației informație-entropie în domeniul inovării produselor, instrumentele de observare și determinare a punctelor critice și a optimului, măsurarea și modelarea indicatorului « calitatea organizării » și a « sinergiei eficiente ».

3. Antropologia și resemnificarea universului obiectelor

Atît oamenii cît și comunitățile umane au dovedit că se comportă diferit față de variatele categorii de obiecte cu care interacționează și care au dobîndit, astfel, statutul unor autentice « mijloace ale comunicării sociale ». În lumea obiectelor, în « textul » lor citim deopotrivă atitudinea și aspirațiile oamenilor pentru produsul cotidian, corespondent mai mult sau mai puțin pertinent al « habitusului » și trebuințelor; citim comportamentul fetișizant față de produse încărcate, în trecut, cu elemente din sfera sacrului, și învestite, în prezent, cu prestigiu social; citim totodată și evoluția trebuințelor de viață, pentru satisfacerea cărora societatea poate asigura obiectele



2. TAPIO VIRKKALA: Pahare

cele mai funcțional-utile după cum poate să și supraliciteze, pe seama costului social oneros, false trebuințe induse prin abile manipulări ale formelor obiectelor, diversificate inutil, sau prin capcanele unei reclame bazată pe tehnicile persuasiunii.

Antropologia culturală, sociologia trebuințelor, a modului de viață cotidiană și a vizualului sînt chemate, mai mult ca oricînd, să sprijine un vast program de resemnificare socială și culturală a universului de obiecte furnizînd elementele necesare pentru reelaborarea textului-obiect[6].

Designul, prin ansamblul de tehnici, de la cele care privesc elaborarea și construcția mesajului-obiect pînă la instrumentarul epistemologic, de la prospectarea nevoilor reale ale societății și omului — în sensul « sinergiei eficiente » — și pînă la instituirea unor comportamente adecvate, a unei conștiințe și a unor modele centrate pe scopuri deja arătate poate și trebuie să facă din produsul industrial un mijloc de confort spiritual, sursă de echilibru ecosocial iar prin virtuțile sale estetice temeiul unei calități superioare în organizarea mediului de existență.

Pentru antropologul contemporan rămîne o problemă deschisă aceea a orientării cercetării și a căilor posibile de reevaluare a trebuințelor umane, pentru comunități aflate pe diferite trepte de evoluție istorică și mai ales pentru cele care au acumulat experiența universului suprapopulat cu obiecte adeseori superflue. De asemenea rămîne o problemă deschisă și aceea a determinării limitelor capacității informaționale a omului și a societății viitoare și disponibilitățile ce le oferă pentru procesele inovării produselor și pentru inserția lor într-un sistem ecosocial resemnificat desigur și prin valorile unei estetici adecvate.

Am analizat trei zone problematice care formează tot atîtea cîmpuri ale cercetării în domeniul designului pentru închegarea unei viziuni noi necesară societății conștiente de riscurile entropizării dar capabilă totodată să lupte lucid pentru amînarea sau eliminarea efectelor nedorite. Designul propune soluții de certă perspectivă.

---

[1] Un asemenea model al culturii a fost discutat de noi în « Spectacolul de teatru și cinema din perspectiva sociologiei culturii », în: Studii și cercetări de istoria artei, 24, 1977, pp. 87—123.

[2] Definiția adoptată de Seminarul Internațional: « Designul este o activitate creatoare al cărui scop este definirea calităților formale ale produselor industriale. Aceste calități includ și trăsături exterioare ale produsului dar, în esență, se referă la interconexiunile structurale și funcționale, care transformă produsul într-o entitate, atît din punctul de vedere al consumatorului cît și al producătorului » (Cf. M.S. Kogan « Morfologia artei », p. 340).

[3] P. Caravia: « O paradigmă antropo-comunicațională a vieții sociale și interdisciplinaritatea » în vol: Interdisciplinaritatea în știința contemporană, Ed. Politică (în curs de apariție), idem, « La culture et le public » în: Revue Roumaine, Nr. 5, 1979, pp. 104—115.

[4] Legea entropiei și procesul economic », Ed. Politică, 1979.

[5] P. Caravia « Psihosociologia ambientului — disciplină de intersecție pentru învățămîntul artistic », în Forum, Nr. 9/1973, pp. 49—53; idem, « Designul — dimensiune a vieții sociale », în vol: Seminarul național de Design, 1974, pp. 255—262; P. Caravia și arh. Al. Tătaru: « Rolul factorilor sociali, economici și estetici în concepția noilor produse », referat CCITAC, 1979.

[6] P. Caravia și P. Bortnovschi: « Dimensiunea umană a produsului industrial și revalorizarea modului de existență », referat prezentat la Sesiunea Centrului de Antropologie, 1978.

design-proces, teritoriu, competență

arh. anton dâmboianu

Starea actuală — Se acceptă, de către istorici, evenimentul « Expo-Londra, 1851 » ca fiind generatorul apariției designului. Ne aflăm, în prezent, la peste cinci sferturi de secol distanță și în acest interval s-a acumulat o deosebit de largă și variată experiență. Ca în toate domeniile inițiate prin practică, închegarea teoretică și metodică se dezvoltă în paralel, însă cu un ritm propriu. Se poate considera că am intrat în faza în care consolidarea socială a designului este condiționată de precizarea unei fundamentări ce va trebui să stabilească cu mai multă claritate specificitatea domeniului și a competențelor. Deși există un consens evident al ideilor în efortul teoretic al ultimilor 30 de ani, deziderătul amintit nu este încă atins.
Deasemeni, promovarea și exercitarea intensivă a designului mai este condiționată și de raporturile domeniului cu factorii din mediu, înțelegînd prin aceasta relațiile designului cu climatul ideilor din sectoarele cooperante. Pe lîngă existența fericită a unor situații favorizante, acest climat prezintă uneori, și nu sub forme neglijabile, opinii ce întrețin starea de confuzie generatoare sigură de erori. Încerc să mă fac mai bine înțeles printr-un exemplu, invitînd pe cititor să parcurgă următorul text: « Pe de altă parte, criteriile de optim economic interzic, de pildă, ceea ce am putea numi monumentalism tehnic. Societatea socialistă nu-și poate permite construirea unor turnuri Eiffel, pentru că tot efortul tehnologic trebuie îndreptat spre satisfacerea maximă a nevoilor societății. Ea nu poate admite soluții „ elegante ", „ spectaculoase ", „ frumoase", dacă acestea nu sînt subordonate aceleiași satisfaceri. Raționalitatea economică, ca și cea tehnică, care înregistrează concluziile economice pînă în profunzimea sistemului tehnologic, îndeamnă nu numai la economie de muncă vie, cum credeau unii economiști naivi, ci la căutarea de economii complexe, de substanță, energie și informație, fără să disprețuiască nici cel mai mic prilej de reducere a costurilor. O expresie cotidian-vizibilă a raționalității în interacțiune cu raționalitatea tehnologică în economia socialistă modernă, prin opoziție cu raționalitatea tehnologică antieconomică cum a fost cea feudală, sînt construcțiile de locuințe din țară noastră, edificiile social-culturale, în comparație cu catedralele gotice. În primul caz, esteticul rezultă din funcțional și din eficiența tehnologiei. În cazul catedralelor din trecut, esteticul copleșește funcționalul, iar tehnologia construcției implică o risipă incalculabilă de forța de muncă umană. Desigur, este vorba aici de funcționalitatea economică, în sensul satisfacerii nevoilor materiale și spirituale ale unor mase largi de oameni, eliberați de exploatare. »
Acest citat este extras din prefața intitulată « Înțelepciunea acțiunii eficiente » scrisă de Dr. Ihor Lemnij la « Tratat despre lucrul bine făcut » — Tadeusz Kotarbinsky. De la început doresc să asigur pe cititor și pe autorul rîndurilor de mai sus că sînt cu desăvîrșire lipsit de intenții polemice. Am folosit însă acest text pentru valoarea lui reprezentativă, izbutind cu concizie și claritate să dezvăluie barajul acestei mentalități după care esteticul trebuie ținut-de-scurt, trebuie subordonat de raționalitatea economică și cea tehnică, căci altfel poate abera în « monumentalism tehnic », maladie de care se pare că au suferit anumite epoci istorice și de care actuali higieniști din economie și tehnică, în sfîrșit, ne-au vindecat. Comparația între « funcționalitatea locuințelor moderne » și cea mult mai « precară » a catedralelor gotice ni se pare cel puțin bizară dacă ținem cît de cît seama de faptul că sensul de funcționalitate are — în accepția gîndirii marxiste — un conținut istoric determinat (conceptul de funcționalitate « funcțional » civilizației sec. XI-XIII nefiind cu ușurință echivalabil celui al secolului nostru) și un caracter definit de obiectul acestei funcționalități (ceea ce face iarăși ca cele două trebuințe instituționalizate: locuința și biserica să nu poată fi confundate). Enunțat sub diverse forme, ne izbim frecvent de asemenea persistent baraj de idei. Am convingerea că el poate fi înlăturat nu atît prin înfruntarea opiniilor personale, ci mai curînd prin precizarea și consolidarea internă a domeniului de design care apoi va radia o corectă înțelegere socială a lui. Și, cu această intenție, mă aliniez eforturilor actuale de fundamentare teoretică, aducînd astfel în atenția criticii schița unei propuneri.
PROCES PROXIM — Este firesc ca, înainte de a începe să batem pietrele de hotar ale domeniului propriu designului, să ne lămurim ce este în afara lui, în imediata apropiere. Reperînd acest mediu învăluitor putem sconta punerea în evidență a influențelor reciproce, adică a determinărilor. Pentru descrierea acestui « conținător » trebuie să relaționăm trei constituenți foarte diferiți. Avînd în vedere un sens cauzal se impune în primul rînd starea de necesitate ce se formează la nivelul conștiinței sociale și individuale cu intenționalitatea dirijată spre construcția unui obiect fizic. Pe scurt o putem numi *necesitate reistică* (N.R.) pentru a o diferenția de alte posibile sensuri ale termenului respectiv. Al doilea constituent derivă din primul și îl considerăm a fi *obiectul fizic* (O.F.), înțelegînd prin acesta o organizare materială realizată de om și cu diverse grade de complexitate. Al treilea constituent este de natură comportamentală și cu sensul de acțiune umană îl denominăm prin termenul comun de *folosință* (F), adică posesie și impact cu obiectul fizic. Vizualizarea relațiilor celor trei termeni conduce la imaginea-model din fig. 1.
Relația R_1 semnifică *procese de producere*, elaborare tematică, proiectare, execuție etc., traseul R_2 conține *procese de transmitere*, repartiție, desfacere ce asigură însușirea obiectului fizic și cuplarea lui la actul folosinței, iar în direcția R_3 sînt incluse procesele prin care condiția folosinței generează modificări ale stării de necesitate, adică

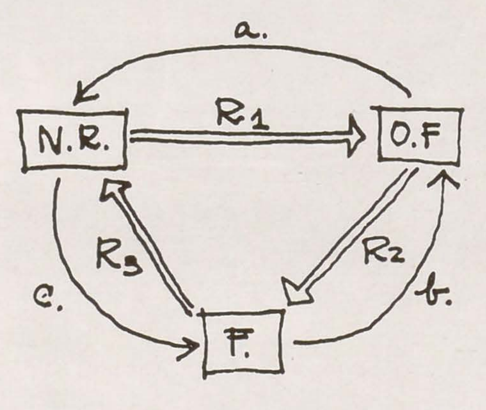


Fig. 1

apariția de necesități noi. Pentru aceste ultime procese nu avem un termen convenabil. Pe lîngă sensul mișcării imergente descris, trebuie să avem în vedere conexiunile inverse (a,b,c) care îmbogățesc considerabil semnificațiile modelului și contribuie la înțelegerea fenomenelor încorporate în acest amplu proces. În totalitatea lui propun să numim această entitate teoretică *proces de locuitate*, urmînd să dăm explicația termenului ceva mai tîrziu. Deși imaginea prezintă circularitate, procesul trebuie considerat ca fiind deschis și în intimă legătură cu teritoriul mult mai larg și mai complex a ceea ce numim mod de viață.
Calitatea imaginii sincrone a procesului constă în individualizarea constituenților (instanțe și procese parțiale), dar descrierea este completă numai prin considerarea comportării temporale. Imaginea diacronă a procesului de locuitate ne apare deci ca în fig. 2.
Succesiunea simbolurilor $NR_{1,2,3,4}$ ne sugerează anumite mișcări coerente din planul conștiinței necesității, seria $OB_{1,2,3,4}$ ne redă transformările cursive din sistemul obiectelor înconjurătoare, iar suita $F_{1,2,3,4}$ ne ilustrează filmul acțiunilor noastre curente în contactul lor cu obiectele.
Rezultă din înțelegerea modelului că procesul de locuitate poate fi considerat o permanență istorico-antropologică, putînd fi reperat în *invarianța lui structurală* pe orice treaptă a dezvoltării sociale, în care însă cele trei instanțe (NR, OB, F) și procese parțiale (R_1, R_2, R_3) primesc conținuturi diferite. Preocupat de evoluția modului de gîndire al obiectelor produse de om, Christopher Alexander în ale sale « Note asupra sintezei formei » discerne trei faze pe care le numește sugestiv: faza non-autoconștientă, faza auto-conștientă și momentul actual al formalizării procesului de producere, dezvoltare pe care o recunoaștem acum ca fiind cuprinsă în fenomenul mai larg al locuității.
Nu insistăm asupra descrierii mai aprofundate a modelului locuital, iar dacă el a fost suficient de clar înfățișat, va fi ușor să sesizăm că putem distinge în el tot atîtea procese parțiale cîte criterii sau puncte de vedere analitice ne interesează. Astfel se pot separa aspecte economice, tehnice, artistice, socio-psihologice, praxiologice și altele și bineînțeles procesele activității de design. Afirmăm prin această constatare că domeniul designului se află în raport de includere față de fenomenul locuității și rezultă că toate schimburile designului se produc cu acest proces proxim.
Cu alte cuvinte, procesul de locuitate este « aerul » pe care îl respiră designul. Acest fapt explică tentația multor încercări de definire a designului ca fiind, prin excelență, domeniu pluridisciplinar. Astfel de definiții sînt disjunctive, ne dăm seama acum, adică sînt corecte din punct de vedere logic, dar lipsite de sensul « per essentiam ». Este tocmai sensul pe care îl vizează încercarea de față.
OM — ACȚIUNE — AMBIANȚĂ. Să luăm în atenția noastră acțiunea umană în sensul ei cel mai general și să urmărim condiția producerii ei. O primă observație secantă ne conduce spre o distincție fundamentală. Astfel, orice acțiune umană implică acordul dintre un « cîmp » lăuntric și un cîmp exterior propriu ambientului. În conștiință se formează un concentrat omogen pe direcția intenționalității scopului în care sînt confluente energia, abilitatea și știința corespunzătoare acțiunii potențiale, stabilindu-se astfel *starea dispozițională* a subiectului acțiunii. Simultan, subiectul deschide o evaluare a ordinii spațiale ce îl înconjoară, apreciind-o ca fiind favorabilă, stînjenitoare sau făcînd imposibilă acțiunea. Rezultatul acestei evaluări este consemnat de subiect ca fiind *starea situațională* a ambientului. Deci, numai acordul celor două stări face posibilă acțiunea. Sesizăm că s-a produs un dublu transfer. Pe de o parte subiectul recepționează structura spațial situațională, iar pe de altă parte proiectează în mediu starea dispozițională care se traduce în ambianță prin separarea unor zone din spațiu pe care le trăiește ca fiind isotope în concordanță cu omogeneitatea intenționalității.
Aceste fragmente spațiale le numim curent *locuri*, fără să fim întotdeauna conștienți că prin *loc* desemnăm o entitate ambientală în care *toate punctele au o proprietate comună*, proprietate în care rezonează ipostaze ale acțiunii noastre. Distingem astfel loc-persoană, loc-obiect, loc-fenomen etc. Datorită acestei capacități umane de a opera existențial în zona situațională prin organizări de locuri și relații între ele, am apreciat termenul *loc* ca fiind reprezentativ pentru numirea procesului descris în capitolul anterior. Articularea terminală (*-uitate; -uital*) am propus-o pentru a păstra distincția față de alți termeni cu aceeași rădăcină (a locui, locuință, localitate, locuitor).
Cu aceste aspecte ale relației locuitale om — acțiune — ambianță ne dirijăm pasul următor al studiului cu ajutorul observației efectuată de biologul Alfred J. Lotka (The Law Evolution as a Maximal Principle) privind acțiunea în mediu. Pentru atingerea stării de confort, cu sensul de echilibru adaptativ (dispozițional-situațional), omul utilizează în procesele biologice *numai organele instrumentale endosomatice*, adică acelea cu care orice ființă este înzestrată din naștere, iar în procesele antropologice omul folosește *și « organe » instrumentale exosomatice*, pe care le produce el însuși (scaun, stilou, clește, avion etc.). Între aceste « tipuri de organe » se formează relații de cuplare în care, așa cum am văzut mai sus, se produce un dublu transfer.
Se știe demult (E. Kapp, 1877 și A. Espinas, 1890) că se transferă în sens extrovertit schema structural-funcțională a unor organe ale corpului în conceperea și construcția uneltelor (maxilar — clește; pumn—ciocan; mînă, degete—greblă, etc.). Evident, de la paleoinstrumente complexitatea obiectelor a crescut enorm, iar astăzi am ajuns să transferăm în obiecte scheme ale operațiunilor mentale. Generalizînd observația putem afirma că structurile endosomatice se proiectează în anumite structuri ale sistemului exosomatic, iar acestea din urmă determină anumite caractere comportamentale.
Se poate deci vorbi de o evoluție endosomatică (de la efort, la gest) și în paralel de o evoluție exosomatică (progresul material-tehnologic) dar ea este inteligibilă numai dacă sînt permanent urmărite influențele reciproce. Ne aflăm deci pe o frontieră ambientală, cu bogate schimburi, prin care noi ne continuăm în obiectele înconjurătoare și ele stau cu fața spre noi. Tot sistemul de obiecte din procesul de locuitate ne apare a fi o prelungire organică a biologicului.
Continuăm investigația pe direcția începută, de la conștiința intenționalității prin configurarea spațială și trecînd frontiera amintită intrăm cu analiza în domeniul exosomatic.

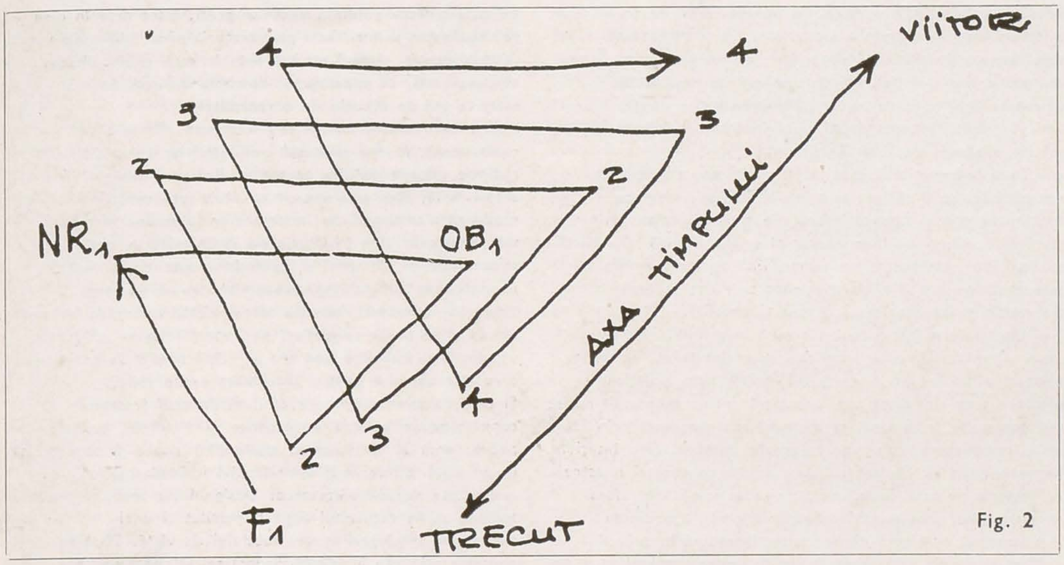


Fig. 2

SERVICIU MATERIALIZAT. Adoptăm punctul de vedere după care orice obiect produs de om este un concentrat de servicii materializat. Acest punct de vedere nu este arbitrar ci se impune condiției de a urmări organicitatea frontului exosomatic. Este necesar acum să încercăm o clasificare a serviciilor, pe care o dorim exhaustivă, în vederea stabilirii unor clase de proprietăți. Studiul presupune o analiză mai amplă pe care o prezentăm comprimată, sperînd că se păstrează inteligibilă.

REFLEXIVITATEA este proprietatea obiectului ce se exprimă prin următoarele trei servicii: S_1 = proprietățile obiectului care asigură impactul cu frontul endosomatic, S_2 = proprietățile care stau la baza rațiunii pentru care a fost produs obiectul (pahar — conținător, haină — ecran izolator etc.), S_3 = proprietățile alcătuitoare ale obiectului pentru ca S_1 și S_2 să fie posibile, optime și în general repetabile. Sînt, evident, obiecte care își consumă funcționalitatea numai prin aceste trei servicii, ca în exemplele de mai sus, însă reflexivitatea este reperabilă în orice obiect exosomatic.

TRANZITIVITATEA este specifică situației în care acțiunea umană este condusă prin obiectul tranzitiv spre alt obiect sau complex de obiecte. Această proprietate este proprie domeniului de obiecte instrumentale și din analiză rezultă diverse tipuri de cuplări (continue, discontinue) cu diferite grade de complexitate.

ASOCIATIVITATEA este proprietatea care surprinde aspectele relaționale dintre obiecte, diferite de cele tranzitive. Domeniul relaționării admite simultan o pluralitate de criterii (arc—săgeată sau plafon—pereți). Prin această proprietate se controlează expresia unității mediului exosomatic.

TERMINALITATEA dezvăluie aspectele procesuale ale obiectului. Într-un sens restrîns, obiectul terminal (radio, televizor, telefon, candelabru, pardoseală etc.) este ultima verigă a unui lanț complex al producerii și transmisiei, în sens extensiv terminalitatea poate fi amprenta ultimă a unui proces tehnologic, economic sau a unui proces evolutiv-istoric. Terminalitatea vizează devenirea și legătura parentală, originară pe orice direcție de interpretare o dorim.

Grupul acestor patru clase de proprietăți-serviciu este reperabil în orice obiect ambiental. De asemenea el este identificabil și la obiectele produse în alte epoci. Calitatea de invarianță a grupului ne deschide o viziune specială a obiectului. Se naște astfel *imaginea binară* a obiectului în care distingem două planuri de constituire. În primul rînd formativitatea obiectului, determinată de grupul celor patru clase de proprietăți, pe care propun să o numim *interfața* obiectului, iar apoi formativitatea tehnico-materială, pe care o vom numi *tehnema obiectului*.

INTERFAȚA. Raportul dintre interfață și tehnemă este analog raportului dintre endosomatic și conștiință, adică ambele sînt în relații de continuitate procesuală, fără articulații de frontieră. Nimic nu ar fi mai greșit decît să căutăm o graniță fizică, spațială între interfață și tehnemă. Interfața nu este epidermă, caroserie sau facies al obiectului. Viziunea duală a obiectului este un produs teoretico-analitic, produs mental, care ne obligă să recunoaștem la nivelul concret al obiectului existența continuității totale.

Dacă totuși vrem, din confort mental, să considerăm prezența unei frontiere, atunci ea se trasează imaginativ între grupuri de proprietăți exosomatice și proprietăți tehnico-materiale.

În speranța că viziunea duală a obiectului este acceptată, să aruncăm o retroprivire istorică. Remarcăm o relativă stabilitate în timp a tehnemei, deci o evoluție lentă, în raport cu interfața care se dovedește a prezenta o mare suplețe la schimbare, adică evoluează rapid. Să ne gîndim numai la tehnema aproape constantă a mobilierului construit din lemn masiv și concomitent la variațiunile stilistice prin care a trecut în lungi perioade de timp. Explicația apare evidentă, *interfața este substanța trăită a obiectului* iar tehnema este suportul tăcut care-i asigură « vitalitatea ». Interfața este dotată cu o mare

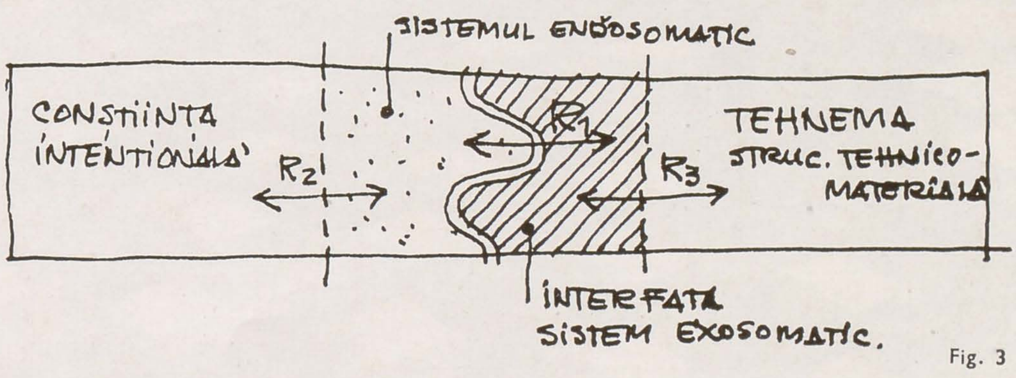


Fig. 3

« sensibilitate » de reacție la modificările din mediul social, ea preia și imprimă în structura ei variațiile comportamentului, operînd astfel o mediere subtilă între universul tehnico-material și spiritualitatea umană, așa cum apare în procesul de locuitate.

Dacă ne propunem să conferim un simbol pertinent pentru interfață, el nu ar putea fi altul decît figura mitică a lui Janus, cu o față orientată spre conștiința noastră și cu cealaltă spre « sufletul » materiei.

DESIGN = INTERFAȚĂ. Interfața este un concept pe care l-am construit sub ochii și cu răbdarea cititorului. Interfața este în același timp un domeniu care poate și trebuie să aibe specialistul ei. După părerea mea, acest specialist este designerul, iar domeniul lui de strictă competență este interfața obiectului construit. Pe acest teritoriu nu mai împarte drepturile și îndatoririle cu nimeni, este suveran, și, ca orice conducător înțelept, designerul trebuie să-și cunoască bine domeniul și să controleze lucid și sensibil relațiile externe, atît cele ce se adresează comportamentului endosomatic cît și a celor dirijate spre tehnemă. Să schițăm acum o vizualizare a acestui rezultat teoretic (fig. 3).

Prin relațiile conținute în R_1 se înțeleg în primul rînd modalitățile impactului care prin R_2 se transmit în conștiință simultan pe două nivele: la parter se înregistrează situația adaptativă în mediu, tradusă prin starea de confort-disconfort, iar la etaj se traduc în semnificații. Ambele nivele, cel bio-adaptativ (denotativ) cît și cel al semnificațiilor (conotativ) tind spre stări unificatoare de orientare a ființei în procesele existențiale. Datorită acestui fapt, putem considera designerul drept « constructor de semnificații locuitale » și, ceea ce este mai important, este faptul că prin acest nivel al semnificațiilor actul impactului funcțional (folosința) rezonează în eveniment cultural. Și de aici alte tentații pentru cei ce definesc designul în termeni de proces semiotic. Nu este greșit, dar adevărul este parțial pentru că nu ni se spune nimic despre tehnemă. Poate că mai complet ar fi să considerăm designerul *un traductor al proceselor tehnico-materiale în semnificații socio-culturale*.

Pe direcția relației R_3, designerul stă față în față cu specialistul tehnico-material. Ambii au un scop comun: optimizarea produsului. Dar pe lîngă optimizarea tehnică trebuie urmărită și cea comercială și astfel se branșează la proces și economistul. Toți trei formează acum o echipă și, ca în orice colectiv de lucru, gradul de coeziune și calitatea colaborării decide valoarea rezultatului. Dar, pentru rezultate superioare, partenerii trebuie să se cunoască. Ar fi nedrept și imprudent ca în zilele noastre, cînd « criza energiei » este declarată, să se mențină mentalitatea după care designerul este bănuit că tinde spre « monumentalism tehnic ». Ar fi nedrept pentru că pionierii orientării reductive au fost designerii din perioada anilor '20—'30, animați de spiritul Bauhaus-ului. W. Gropius, Albers și Moholy-Nagy, pe direcția gîndirii « empirice », ajung la o fundamentare dialectică a vizualității, aducînd imaginea lucrurilor foarte aproape de « expresia lor ultimă ». Și toate acestea s-au petrecut cu cincizeci de ani înainte de eșuarea definitivă a monumentalei păsări Concorde, glorie a colaborării tehnico-economice moderne.

Consider, în continuare, că ar fi imprudent să se mențină vocea joasă a designerului, deoarece ne îndreptăm cu certitudine spre o nouă fază a evoluției exosomatice care va implica adînci restructurări.

În profilul profesional specific al specialistului tehnic și economic nu sînt incluse competențele de a crea și orienta corect interfața obiectelor și de aici derivă riscul de a pierde de sub control tocmai substanța cea mai sensibilă ce se adresează conștiinței noastre. Or, deschiderea unei noi faze exosomatice în condiția neglijării designului conduce la « efecte secundare » greu calculabile, dar sigur grave.

Iată un simptom al acestei situații de risc. Potrivit unei afirmații din citatul introductiv, economistul modern, spre deosebire de cel « naiv » care economisește doar

anton dâmboianu - design, proces, teritoriu, competență

«muncă vie», energie-efort, participă cu zel «la căutarea de economii complexe de *substanță, energie și informație*» (subl.n.). Căutarea de economii complexe este într-adevăr o cerință fundamentală nu numai a economistului modern dar și a proiectantului și a producătorului modern în general, dar complexitatea acestei economii de energie-substanță constă în caracterul ei concret, relativ la o cantitate necesară sporită de informație și la o calitate de energie-funcție deasemeni sporită. Economia de substanță și energie (sau substanță-energie) pentru a fi reală nu trebuie și nu poate să fie contiguă sau corelativă celei de informație, ci raportabilă (într-o relație răsturnată) la creșterea cantității de informație (maximum de informație la minimum de energie-substanță). Dacă într-adevăr s-ar comite «economia de informație» preconizată de autor, am fi martorii unei creșteri entropice mai devastatoare decît bomba atomică. Dar lucrurile nu stau așa. Tehnicianul știe și designerul simte că orice reducere substanțial-energetică pe care o programăm trebuie să fie raportată la creșterea relativă a informației. Înțeleg prin «creșterea informației» atît condiția unui grad superior de organizare, cît și o amplificare a capacității de semnificare. Numai prin această «creștere» se vitalizează procesul de locuitate, iar în caz contrar anemierea lui este iminentă. Designerul este unul din producătorii acestei «creșteri», el face să crească capacitățile adaptative exosomatice; consumînd cît mai puțină energie-substanță, el trebuie să obțină cît mai multă energie-funcție.

DESIGN = INTERFAȚĂ = ARTĂ. Să ne apropiem de o lămuritoare înțelegere a lucrurilor. Ca și pînă acum vom opera prin distincții potrivite unei corecte comprehensiuni. Astfel, ori de cîte ori spiritualitatea umană se întîlnește cu materia, de care nu se poate lipsi, în vederea transmiterii unei încărcături informaționale, se pot produce următoarele situații:

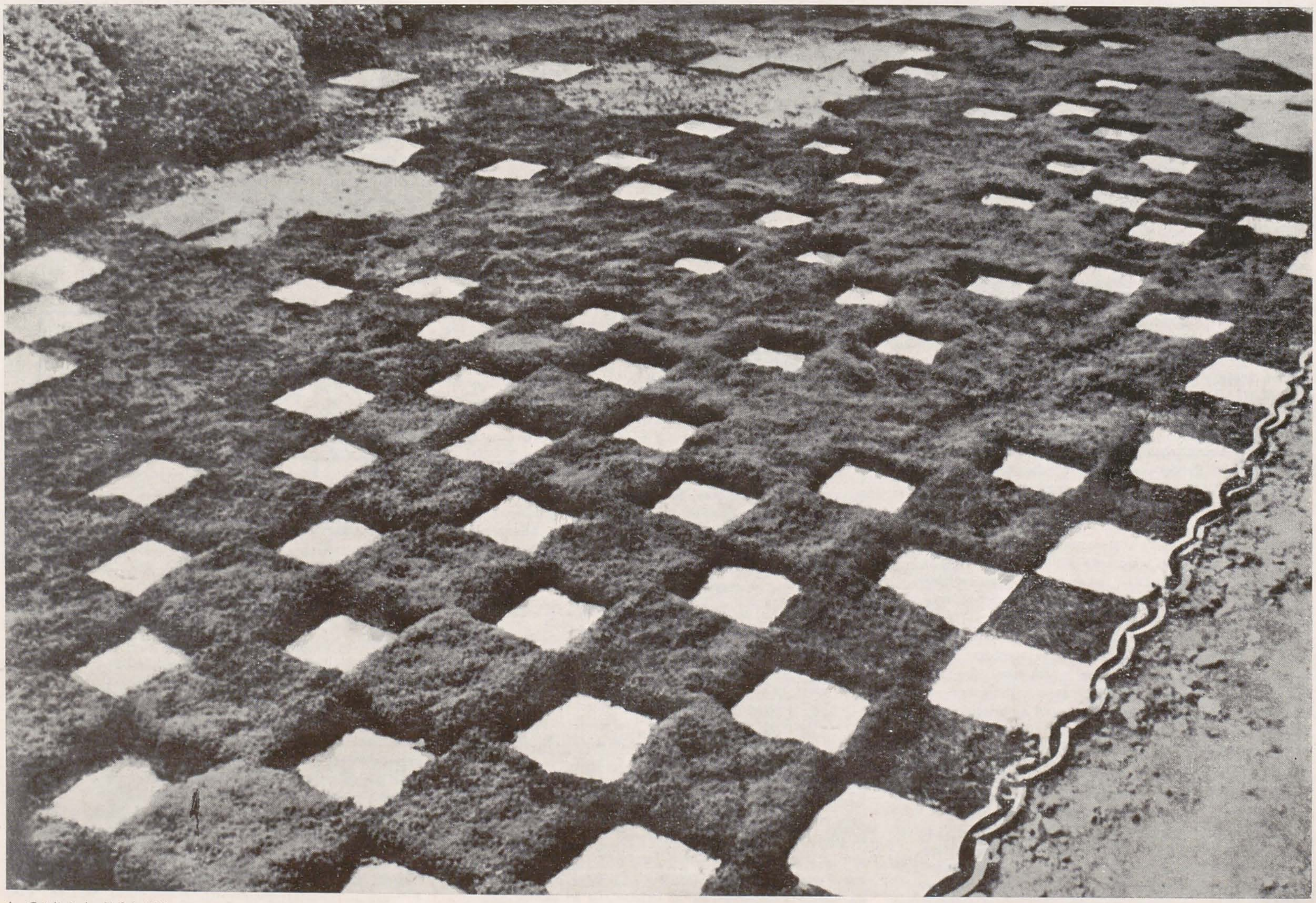
a — Dacă informației îi este indiferentă natura materială a suportului ce îi asigură transmisia, fără să-i afecteze conținutul, atunci această informație este științifică sau ideologică. Conținutul de adevăr al enunțului «2+2=4» sau «mărul este roșu» nu se modifică dacă transmisia este orală ori scrisă și de asemenea se menține dacă transmisia scrisă este manuală sau tipografică.

b — Dacă informației circulante nu îi este indiferent suportul material, ci se implică indisolubil în el, nu poate exista fără el, atunci această informație este artistică, se produce artă. În acest caz «enunțul artistic» (mesaj) nu se mai transmite, ci emană, se exprimă, se manifestă prin însăși organizarea, con-punerea acestei materii, este însăși formativitatea ei. De această dată relația conștiinței noastre cu materia nu este de aderență, ci este implicare, efort de contopire, este cununie. Așadar a gîndi, a proiecta și a construi ambianță exosomatică, înseamnă în primul rînd să faci artă. Din acest punct de vedere tabloul, automobilul, statuia sau pălăria fac parte toate din aceeași categorie a exosomaticului. Și dacă acceptăm viziunea duală a obiectului atunci toate prezintă holonul interfață-tehnemă, iar diferențele sînt numai de grad de complexitate. Putem acum savura cu pioasă uimire distincția pe care o făcea gîndirea vechilor greci, între arte în care spiritualitatea se manifesta prin materia propriului corp uman (cîntul, poezia, dansul etc.) și arte în care spiritualitatea depresurizată, în expansiune, deschide dialogul cu materia cea de dincolo de corporalitate.

Aceste ultime arte le numeau «tehne». Dincolo de endosomatic începe procesul civilizației iar cultura își extinde valorile pe alte portative. Desigur, designul este o artă, este arta exosomaticului, este conștiința modernă a unei unificări necesare ce se opune inerției schizoide prin care în istorie s-a fărîmițat universul exosomatic în domenii și profesiuni autonome, închise, necomunicante. Este limpede acum pentru noi că numai teritoriul tehnemei datorită complexității crescînde se poate divide și se poate specializa, nu putem imagina «ingineri universali». Interfața însă are principii bazale de constituire care sînt comune pentru totalitatea exosomatică.

Și este deasemeni limpede că dacă *designul presupune conștientizarea unității exosomatice și locuitale*, atunci promovarea și dezvoltarea designului poate fi considerată drept unul din cei mai semnificativi indicatori actuali de maturitate social-civilizatoare. Designul nu trebuie impus, el trebuie să fie rezultatul logic și meritat al unei superioare înțelegeri asupra modului de viață. Dacă se reușește sclipirea lucidității atunci saltul conștientizării poate transforma modul de viață în stil de viață.

În țara noastră acest salt s-a produs și instituționalizarea designului s-a efectuat. Dar acest început ne obligă să pătrundem tainele acestei arte și să o punem cu iscusință și răspundere în slujba dezvoltării noastre.



1. Grădină la Tofukuji-Kyoto

designul industrial: premise psiho-sociologice

marius tătaru

Chiar şi fără a face uz de sondaje de opinie sistematice, chiar şi în lipsa unor statistici matematice, este la îndemîna oricui s-ar arăta interesat de aspectele evolutive ale comportamentului uman că relaţiile omului modern faţă de lumea de forme din jur se situează, îndeosebi în societatea de consum şi în mult mai multe privinţe decît în epocile anterioare, sub semnul unei anume neutralităţi. Spre deosebire de sfera evenimentelor, în cadrul şi în jurul căreia participarea sau nonparticiparea omului se supune unor legităţi complet diferite, *lumea obiectelor*, ajunsă la un inventar de termeni inimaginabil ca întindere, izbuteşte aici cu greu şi doar în cazuri speciale să determine o reacţie activă din partea privitorului şi eventualului consumator de bunuri. O destul de corectă (deşi neîndestulătoare) explicaţie a acestui fenomen ar fi aceea că omul, producător al unui infim procentaj din marele angrenaj de obiecte de tot felul ce suprapopulează existenţa vizibilă şi bănuită a cotidianului, ajunge să se obişnuiască cu ideea că în situaţia lui de ins izolat nu poate contribui prin simpla iniţiativă personală la schimbarea esenţială a sensului sau înfăţişării uriaşului conglomerat de forme în continuă mişcare care-i mobilează spaţiul de viaţă. În această situaţie, ţinînd seama şi de faptul că în general, întregul rod al activităţii umane caută să se răsfrîngă benefic asupra omului însuşi, acesta ajunge să accepte fără întîrziere tot ceea ce se creează spre a-i fi de folos şi să se obişnuiască cu repeziciune cu ideea ultimelor noutăţi. Acaparat de obiectele pe care le utilizează, asaltat, ca într-un film cu derulare perpetuă, de imaginile obiectelor pe care nu le utilizează (cel puţin pe moment), dar care-i sînt nu mai puţin familiare, omul civilizaţiei urbane preia ca de la sine înţeles sarcina de a introduce în folosinţă tot ceea ce inteligenţa sa şi a semenilor săi i-a pus la dispoziţie spre a-i înlesni existenţa.

Într-un studiu intitulat « De la preistorie la lumea modernă » sociologul francez A. Varagnac explica, pe larg, existenţa, pe parcursul dezvoltării societăţii umane, a diferitelor « medii naturale » ce ar evolua pe baza unor la fel de diferite « niveluri tehnice ». În virtutea acestei succesiuni de legităţi interdependente societatea de vînători şi culegători îşi subordonează lumea animală, societatea de agricultori şi păstori pe acea vegetală, astfel încît societăţii moderne nu-i rămîne decît dominarea lumii anorganice. Cît de adevărată este această din urmă afirmaţie o demonstrează însuşi faptul că omul epocii industriale nu s-a mulţumit doar cu situaţia incertă de dominator al regnului mineral ci a devenit în egală măsură, adesea cu regretabilă necugetare, consumator unic al resurselor ce alcătuiesc această lume neînsufleţită.

Adaptarea societăţii omeneşti la rolul de stăpînă a acestui nou imperiu nu s-a făcut, bineînţeles, brusc şi fără accidente. În 1884, cînd reformatorul social Arnold Toynbee lansa termenul de « revoluţie industrială », înţelegînd prin acesta schimbările survenite în structura social-economică, începînd cu a doua jumătate a secolului al XVIII-lea, Europa era mult mai puţin dispusă decît astăzi să accepte binefacerile unei asemenea revoluţii, ridicîndu-se chiar, cu excepţia unui număr restrîns de entuziaşti de factura eroilor julesverne-ieni, împotriva impactului brutal al civilizaţiei tehnocratice care ameninţa fragilul echilibru al sfîrşitului de secol. Operele de critică a culturii, abundente după Nietzsche şi Spengler, în primii ani ai veacului XX, nu omit aproape niciodată pasajele polemice îndreptate împotriva civilizaţiei tehniciste. Şi trebuie recunoscut că, dintr-un anume punct de vedere, teama şi uneori oroarea resimţite în faţa înaintării dezlănţuite a noii ere nu erau neîntemeiate. Mizeria fără speranţă a producătorilor şi brutalitatea cu care această « revoluţie industrială » îndepărta şi înlocuia vechile structuri şi relaţii sociale erau departe de a condiţiona o legătură favorabilă între elementul uman şi noul patrimoniu de obiecte cu care se vedea înzestrat. Cu numai două decenii în urmă, Le Corbusier remarca faptul că: « Fără îndoială, prima eră a epocii maşinilor a răspîndit haosul . . . Oriunde îţi aruncai privirea vedeai monstruozităţi, urîţenie deprimantă, distrugerea farmecului şi surîsului . . . ». Şi, totuşi, acesta este momentul în care omul începe să producă pentru sine acea avalanşă fără sfîrşit de obiecte industriale, acum se semnează actul de naştere a produsului de serie, acel fruct al civilizaţiei moderne care a reformulat din temelii derularea vieţii cotidiene. Inegala luptă pentru existenţă dintre om şi maşină, încheiată, la unul dintre poli, cu dispariţia ireversibilă a înţelegerii naiv-poetice a tehnicii, iar la celălalt pol cu treptata reconciliere dintre om şi aparentul său adversar (transformat, ulterior, în principal aliat) devine, începînd cu deceniul al treilea al secolului nostru, la fel de absurdă ca şi revolta ce animase, cu o sută de ani înainte, mişcarea distrugătoare de maşini a ludd-iţilor. Schimbările s-au operat puternic, atît în structurile de bază ale dezvoltării tehnologiei cît şi la nivelul psihologiei de masă. Domeniul tehnicii se umanizează, în sensul în care i se acordă dreptul de acţiune ca partener cu drepturi egale în rîndul forţelor care concură la evoluţia naturală a umanităţii. « Lumea tehnicii » — scria sociologul german Arnold Gehlen — « este deci . . . ,, marele om '' : plină de spirit şi de trucuri, încurajatoare sau distrugătoare de viaţă ca şi el însuşi, aflată în egală măsură într-o relaţie întreruptă faţă de natura primordială ».

Acceptată ca atare şi « dezamorsată » de naiv înteleasa ei încărcătură « malefică », tehnologia industrială a secolului XX a devenit, mai întîi în prelungirea naturii « naturale » şi apoi independent de aceasta, cea mai mare producătoare de obiecte artificiale, depăşind în acest sens tot inventarul de asemenea obiecte existent pe planetă înainte de această dată. Puternica solicitare exercitată de lumea tehnică a contemporaneităţii asupra individului se manifestă deci pe două căi: pe de o parte *cantitativ*, prin această mulţime debordantă de produse în folosinţă ale imaginaţiei tehnico-aplicative şi pe de altă parte *calitativ*, printr-un număr imens de date şi realizări teoretice, imposibil de înţeles şi de prelucrat mental, în complexitatea lor, de către una şi aceeaşi persoană. În faţa acestei « presiuni » omul ar trebui să se simtă înstrăinat, scos în afara circuitului său natural, din cauza invadării propriului spaţiu de existenţă de către o forţă străină, pe care nu o poate descifra decît cel mult parţial. Or, dacă la graniţa dintre secolele XIX şi XX mai putem vorbi încă despre existenţa unor tendinţe de înţelegere ostilă a tehnicii şi maşinismului (Georg Trakl vorbea despre un « infernal haos de ritmuri şi imagini »), situaţia este, evident, fundamental diferită în ziua de azi. Reconcilierea dintre om şi suprastructura lumii industriale s-a produs în orice caz, chiar dacă mai există voci (mai ales din interiorul artei) care se opun cu vehemenţă civilizaţiei tehnologice. Aceste din urmă luări de poziţie nu se îndreaptă însă în primul rînd împotriva produselor materiale ale acestei civilizaţii, cît împotriva fenomenelor de alienare umană generală incluse în dezvoltarea societăţii industriale de consum, ceea ce este cu totul altceva. « Efectul natural al unei noi tehnologii este acela de a crea un nou mediu pentru ea însăşi », spune McLuhan, numind un adevăr ce se împlineşte nu numai la nivelul general al vieţii social-economice, ci chiar sub aspectul cel mai palpabil, al obiectului produs de fructul cel mai specific al acestei civilizaţii: industria. Oamenii au reuşit să domine acest propriu « copil teribil » al epocii moderne prin intermediul căruia au devenit realmente ceea ce Descartes numea deja « maîtres et possesseurs de la nature ». Dominînd şi posedînd natura, industria este singura forţă care, în condiţiile societăţii contemporane, are posibilitatea de a asigura aderenţa unificatoare, neantagonică a omului faţă de obiectele care-i populează existenţa cotidiană. Produsul industrial este, spre deosebire de unicat, capabil de a constitui o prezenţă socială. El se impune discret, treptat, lipsit tocmai de caracterele care conferă obiectului unicat restrînsa sa posibilitate de penetraţie în public. Obiectul se află deci în situaţia potenţială de a dirija, într-o măsură apreciabilă, relaţia noastră psihică faţă de lumea înconjurătoare, element ce se adaugă, ca o completare firească, la faptul că depindem în orice secundă de obiecte, fie că dorim sau nu acest lucru şi indiferent că le producem sau că le consumăm. Relaţiile « personale » dintre om şi obiect se ridică astfel, oricît ni s-ar părea de bizar acest lucru, la nivel de mutualitate: elementul industrial, devenit mult mai puternic decît cel natural, influenţează şi condiţionează în nenumărate moduri existenţa omului, iar acesta, la rîndul său, acţionează asupra obiectului perfecţionîndu-l, specializîndu-l şi mai ales *umanizîndu-l*. Depăşind epoca producţiei manufacturiere, omul producător de bunuri a pierdut acea legătură intimă cu obiectul-unicat, ale cărui caractere estetice erau « adăugate » de mîna lui în mod irepetabil, chiar dacă acelaşi gen de produs era refăcut de numeroase ori. Începutul erei industriale a încercat să preia, pe măsura posibilităţilor, această sarcină de gîndire formativă a obiectului de uz comun, dar nivelul scăzut al tehnologiei şi mai ales ignorarea factorului uman al dialecticii consumului, în folosul exclusiv al utilităţii practice, au dus la înfiriparea unui fel de « design primitiv », pus sub semnul hazardului din toate punctele de vedere: decorativ, funcţional şi ergonomic. Acesta este motivul pentru care s-a ajuns la un moment dat la considerarea producţiei de masă ca unul dintre cele mai mari atentate la adresa bunului gust, o vină pusă, alături de multe altele, pe seama societăţii industriale. Strădaniile unor personalităţi şi şcoli artistice (Arts and Crafts, Judendstil, Deutscher Werkbund, De Stijl şi mai ales Bauhaus) de a îndrepta acest rău, de a echilibra şi normaliza relaţia dintre om şi obiectul industrial nu au avut adesea decît un răsunet limitat şi cu efecte restrînse în rîndul marelui public. Mai mult chiar, îşi face apariţia în aceste condiţii un interesant fenomen de psihologie de masă, fenomen ce se va acutiza în perioada contemporană, ajungînd unul dintre obstacolele principale pe care trebuie să le depăşească estetica industrială în folosul acceptării unanime a obiectului de serie: punîndu-se pe acelaşi plan cantitatea şi calitatea, se ajunge la ideea falsă că ceea ce în aparenţă ar fi bun, devine rău pe simplul temei al existenţei sale în formulă multiplicată.

Evident, designul industrial contemporan nu a reuşit să desfiinţeze toate contradicţiile existente în dialogul dintre consumatori şi produsul de serie. De altfel, unele dintre aceste contradicţii sînt de natură net obiectivă, chiar dacă ar fi să ne referim doar la adevărul că actul de creaţie artistică se apropie de artefactul artizanal manufacturier tocmai prin unicitatea şi irepetabilitatea sa, prin concentrarea efortului creativ pe care îl cuprinde, o dată pentru totdeauna, privilegiu de care modelul matrice al seriei industriale nu se va bucura, bineînţeles, niciodată.

Un rod al unui secol dominat de ideea funcţionalismului, designul nu este în nici un caz joc gratuit, fantezie estetistă sau lux, chiar şi în cazul în care efectele sale se răsfrîng asupra obiectului de lux. Reeducarea gustului unui public extrem de stratificat în vederea regăsirii plăcerii pentru estetica obiectului cotidian, de fapt doar o reactivare a unor deziderate originare, constituie scopul ultim şi probabil cel mai important al designului contemporan. Este o misiune dificilă, la îndeplinirea căreia designerul nu poate conta decît în foarte mică măsură pe o colaborare din partea consumatorului. Am subliniat deja faptul că psihologia contemporană se referă adesea, pe bună dreptate, la ceea ce în societatea modernă se poate numi pasivism al consumului. Acest pasivism există într-adevăr, în forme mai mult sau mai puţin accentuate, în funcţie de destinaţia produselor, constituind încă o reminiscenţă a epocii industrializării primitive, cînd existenţa practică a obiectului utilitar conta infinit mai mult decît rafinamentul formei sale. Alături de acest fenomen remarcăm un altul, care-l însoţeşte pe cel dintîi, avînd însă o origine mult mai recentă: imunizarea consumatorului în faţa oricărui obiect care contravine gustului său. Este vorba în acest caz de o consecinţă a numărului imens de date care asaltează ambientul civilizaţiei moderne şi în acelaşi timp de o pornire de individualism în domeniul gustului, care de data aceasta vine în ajutorul programului creatorilor de forme industriale. Într-adevăr, din punct de vedere subiectiv, spaţiul din afara noastră este, pentru fiecare dintre noi, un domeniu cvasi-personal: ni-l mobilăm (mental) cu ceea ce vrem, alegem din jur ceea ce ne convine, căutînd ca restul să-l trecem cu vederea, să-l lăsăm pentru altcineva. În momentul în care am aşezat marca preferinţei asupra unor obiecte dintr-o serie sau dintr-o ambianţă (momentană sau de durată), în acel moment începe familiarizarea cu aceste obiecte, ele devin — metaforic vorbind — proprietatea noastră şi se constituie în ambasadori ai aclimatizării cu noile forme impuse atenţiei. La acest nivel poate interveni cel mai eficace acţiunea designerului căci în momentul în care cît mai multe obiecte, ce corespund ca valoare estetică şi raţional-funcţională, se află în cîmpul atenţiei publice, opţiunea se va orienta treptat asupra unui număr din ce în ce mai mare dintre acestea, creîndu-se gustul pentru un nou gen de forme. Din clipa în care acceptă conştient un anumit gen de obiecte din simplă plăcere estetică, omul nu se mai simte legat de « complexul unicatului » deoarece, tot din punct de vedere estetic, el îşi face referirile la *unul* dintre exemplarele seriei, chiar dacă în acesta este perfect recognoscibil tiparul iniţial. Din perspectiva designerului reuşita este marcată tocmai în momentul în care insul consumator îşi depăşeşte pasivitatea opţiunii, insistînd asupra unui anume obiect, în care creatorul său şi-a pus nota de personalitate, creînd efectiv un exemplar (capul de serie) capabil de a fi discutat sub aspect net artistic. Pătrunderea produsului său în producţia de serie desfiinţează, logic, posibilitatea discutării sale sub aspectul individualizării, în schimb valoarea acestui produs cîştigă imens în sens practic şi uman. Tributul de anonimat pe care-l plăteşte designerul este astfel compensat din plin de utilitatea şi aderenţa socială a produsului industrial.

designul sau profilaxia urîtului

eduard pamfil

Arhe-normele faptului elementar de conștiință cuprind, printre altele, atracția și repulsia afectivă trăită la confruntarea noastră cu lucrurile, deci cu formele lumii.

Evident, deci, că prima versiune asimilată a realității, la copil, se constituie din întîlnirile care creează asemenea cupluri simple, duale, opozitive ale eului corporal și ale obiectelor care vor compune apoi, progresiv, lumea.

Ele sînt, « ab initio », supuse ambivalenței de plăcere și repulsie elementară.

Acest proces primar și fundamental va suferi mai tîrziu o extraordinară expansiune, atunci cînd insul matur devine el însuși generator de lucruri controlate în formă și destinate prin fenomenalitatea lor unei comunicări. În această ipostază el e un constructor în sensul cel mai larg, modelator de materiale care sînt scoase astfel din « amorfia » fundamentală și plasate în universul relațional și creativ al oamenilor, cu o adresă pragmatică și un conținut inovant.

Aceste cîteva constatări ar putea folosi ca proto-repere pentru sensul fenomenului general de opțiune a frumosului care apare a fi o dominantă în organizarea și funcțiile psihismului ființei noastre.

(Noi credem că tot din ea derivă mai tîrziu și unul din modurile fundamentale ale cunoașterii intuitive care e metafora. Forma este un *alt fel* — sau o a doua realitate a fiecărui lucru în parte așa cum metafora va fi o varietate semantică de însoțire a cunoașterii directe).

De aici începînd, textul nostru renunță la considerațiile lui paleopsihologice și-și propune să investigheze capătul recent al neîntreruptei desfășurări morfogenetice, generatoare adică de lucruri care nu sînt replică la nimic, care se nasc cu un nume inedit și transformă — prin mulțimea și prezența lor — ambianța umană într-un univers intențional — comunicant și axiologic deci, emanat *din* și nu inclavant al ființei.

Ca și cum omul modern, dominator dar și spoliator al naturii, nu se poate răscumpăra din această *anti-normică* ipostază și funcțiune decît echivalînd în Bine toată cantitatea de Rău pe care-o dispersează, decît salvînd în frumos decăderea dismorfică a distrugerilor inevitabile pe care le-a practicat în devenirea lui transmilenară.

De la început Arta aplicată conține și instituie această transfigurare. Atunci cînd ea ajunge să inventarieze și să controleze după criteriile și creativitatea sa: uneltele, instrumentele, costumele, interioarele . . . apoi mai tîrziu, prin extindere — produsele industriale utilitare — de la fermoare și pixuri pînă la microscopul electronic, de la brichetă pînă la stratocruizer, de la caracterele de tipar și pînă la urbanistică . . .

legea originară și stilul existenței noastre terestre sînt transpuse integral într-o nouă variantă, aceea a unei mari sinteze dintre utilitate și frumusețe, care se realizează printr-o adecvare a funcționalului într-o prezență estetică, o absorbire a fiabilității și randamentului în gratuitatea artistică. Așa, de la obsidianul poleit și gravat și pînă la forma de « rechin transcendent » al unui avion Constelation solidaritatea eutimică, virtutea « lucrurilor lucrate » (choses œuvrées) de a ne chema spre frumusețea lor, a rămas un fenomen neîntrerupt al firii estetice umane, în sensul cel mai bun al cuvîntului.

Pe traiectoria aceasta funciară — expresie a irezistibilului atașament al omului față de uneltele și creațiile sale, s-a depănat îndelungata istorie a meseriilor. Ea a durat pînă în epoca în care artizanul a trebuit să-și cedeze rolul către producția industrială de lucruri utile sau agreabile. Adică eternele unelte, containere de toate felurile, vehicule, vestimente, jucării și . . . alte nenumărate formule de completare a ambianței pe care omul și-a creat-o pentru a o substitui celei ancestrale.

Prin apariția designului, care însoțește și contribuie decisiv la prestigiosul capitol contemporan al istoriei lucrurilor (pe care l-am putea numi « a mulțimilor de obiecte însoțitoare »), ancestralul și ermeticul pact de asociere callo-pragmatic, prezent în toate obiectele făcute de homo faber și decorate de homo artifex, devine suportul unor fenomene de modulare eumorfică, de supunere a nesfîrșitelor multitudini de unelte, instrumente, aparate, montaje, mașini etc . . . la o rigoare dominantă a esteticului. Amploarea procesului este atît de pronunțată încît ea poate fi considerată ca o marcă de stil pentru civilizația secolului, o nouă latură a inteligenței estetice.

Proiectarea industrială (în sensul de creație concomitent artistică) prepară și garantează prezența și durabilitatea morală a lucrurilor manufacturate (sau uzinate) montate, combinate, instalate, produse în cantități care multiplică de fapt — în nenumărate exemplare — conținutul lor de frumos, îl difuzează la o scară enormă și produce, astfel, o nouă versiune de comunicare socială și spirituală a oamenilor.

Identitatea în proprietatea și posesiunea unor lucruri identice și la fel de frumoase, la fel de ingenios inventate și proiectate de designeri, instalează o latentă dar generală solidaritate interumană — prin plăcerea acestei « comuniuni estetice ».

Designul pune utilul în serviciul frumosului.

Obiectul proiectat e « portant » de frumos și devine protector estetic prin energia și aderarea afectivă pe care o captează utilitatea obiectului. Una din tragediile « debilității spirituale » ale obiectului de artă (în general) este datorată faptului că puterea participării interesate a privitorului îi este străină. Aceasta (participarea prin interes) rămîne doar paralelă și nu angajează.

Din această cauză, credem că frumosul pur nu poate combate urîțenia. Neutralizarea acesteia prin frumos nu e posibilă decît prin actul lucid și empatic al celui care receptează faptul de artă. În timp ce obiectul « proiectat » de designer, are, inevitabil, ca efect, o « dărîmare » a urîtului prin competiție de interese și nu prin confruntare de valori, Utilul servește frumosul eliminînd anesteticul, cu suportul său cu tot, exterminîndu-l din lumea formelor. Funcția socială a frumosului nu a fost — credem noi — niciodată mai amplu implicată în existența comună — în tot decursul istoriei culturii.

Prezența și actele designului modifică mentalitatea oamenilor îmbogățind-o cu un sentiment de participare la transformismul universal.

Creația omului primește o nouă valență: aceea a formelor libere și inedite, a transfigurării după un criteriu care e paralel-estetic cu cel pragmatic și prin care produsele sale participă la constituirea ambianței și organizarea lumii imediate.

Considerațiile de mai sus conduc la explicitarea titlului ales de noi pentru această sumară lucrare. Adică, afirmația că designul este în chip funciar o așezare de combatere și extirpare a urîtului.

Prin rigoarea și claritatea principiilor sale, el (designul) barează fără replică kitschul. De asemenea, prin admirabila insinuare estetică de care am vorbit, volatilizează orice sens de coerență a dismorfismului, orice justificare pragmatică sau utilitară a lucrurilor oribile care ne infestează sensibilitatea și timia cu aparențele lor respingătoare și anonime.

Dacă n-ar fi decît acest « potențial augic » de exterminare a « antifrumuseții » de care dispune proiectarea industrială și toate creațiile de design, rolul lor euristic în profilaxia urîtului și cunoașterea empatetică a frumosului este definitiv.

Designul constituie, credem, în istoria culturii, prima pledoarie convingătoare contra decăderii omului în urît. El a demonstrat că formele monstruoase din natură sînt ratate în linia devenirii morfogenetice tot așa cum obiectele urîte făcute de om rămîn sub nivelul posibil al comunicării axiologice.

Designul demonstrează, încă o dată, că legea fundamentală a comunicării umane prin înnoirea continuă a raporturilor dintre formele lucrurilor cuprinde în corolarul său puterea blocării urîtului.

Aceasta fiindcă acesta din urmă (urîtul) nu este de esență legică — și cu atît mai puțin — valorică.

El e doar esuarea în absurd a cunoașterii.

de la obiect la «sistem»

ipostaze și valori ale designului ambiental

mihai ispir

Deși aparent lămurite cu ajutorul unor noțiuni «clare și distincte», natura designului și țelurile sale prilejuiesc încă întrebări dintre cele mai tulburătoare, nu odată ele însele contradictorii. Întrebări provenite din trei surse: practician, teoretician, utilizator.

(Re)deschiderea definiției. După ce la începutul anilor '50 Herbert Read, preocupat de originile formei în artă, extinsese problematica designului la o teorie a obiectului, Gillo Dorfles păruse a fi reușit să pună definitiv lucrurile la punct, restrîngînd sfera discuției la domeniul produsului industrial, cu implicațiile sale etico-estetice imediate: anonimat, standardizare. Iată însă că la mai puțin de un deceniu de la apariția cărții lui Dorfles, *Designul industrial și estetica sa* (1963), Victor Papanek, profesor la California Institute of Arts afirmă că: «designul este efortul conștient de a impune o ordine semnificativă». Designul este, deci, privit de profesorul american ca principiu al acțiunii creatoare în general, în esența ei *proiectivă* (sens de altfel licit din perspectiva ambiguității termenului). Se revine astfel la Vasari și Zuccari, la conceptul «desenului interior»: «Toți oamenii sînt designeri, spune Papanek, design înseamnă a compune un poem epic, a executa o pictură murală, a scrie un concert». Paradox? Nicidecum; Buckminster Fuller, campionul sever al purismului structural, împinge și mai departe orizontul designului, care ar absorbi deopotrivă lumea organică nerațională și pe cea anorganică: fulgii de zăpadă, cristalele. În concepția sa designul se amplifică la scară cosmică, opusul său nefiind altceva decît «haosul».

În cîmpul practicii propriu-zise, problemele nu sînt deloc mai limpezi. La aproape un secol după ce Louis Sullivan declarase că «forma urmează funcției», studentul de azi se întreabă din nou (după același Papanek): «Trebuie să fac un design funcțional sau unul care să fie plăcut din punct de vedere estetic?»

De la «criza funcționalismului» la «criza obiectului». Lărgirea definiției designului pare a fi totuși simptomul unui fenomen mai vast. Să notăm, de altfel, în paranteză, că această deschidere semantică este argumentată cu precădere nu de esteticieni ci de cei implicați în practica proiectării. Controversele în jurul funcționalismului demonstrează, de cel puțin două decenii, că *folosința* nu se află la capătul unei relații liniare, că ansamblul proiectare-utilizare nu poate fi rupt de condițiile complexe ale receptării, ale gustului. Funcționalul, constată David Pye, a fost prea adeseori privit ca un fel de idee platoniciană către care produsul tehnic trebuie să tindă în mod absolut. În fapt, succesul acestei noțiuni (s-a vorbit despre un «sindrom structural») s-a datorat calității ei simplificatoare. Ea oferă cheia unei ecuații pragmatice, risipind nu de puține ori nebulozitățile teoretice, dar mascînd totodată o realitate mult mai complicată.

Și atunci? Este mai corect, afirmă designerul englez, a vorbi despre «economie» decît despre funcționalitate. Profilaxia «complexului funcției» poate începe, deci, prin îndrumarea atenției către *complexitatea* ei. S-a pus întrebarea, nu odată, dacă mașinismul a consacrat modelul vizual al *simplității* sau dacă, dimpotrivă, modificări ale gustului cu temeiuri sociale mai adînci au influențat estetica produsului. Formele epurate par astăzi încă, multora, ostile, incomode, inexpresive. Gîndite în vederea democratizării obiectului ele au generat — marginal, poate, dar în orice caz perceptibil — un anumit «izolaționism» abstract al creației. Obiectele structurate sînt adeseori lipsite de orice conținut auto-publicitar cînd nu apar de-a dreptul ca adevărate mostre de anti-reclamă (este vorba, desigur, numai de o parte a producției în discuție). Disprețuind «tinerele mode», stilul «internațional» s-a văzut destul de repede confruntat la rîndu-i cu «sfidarea» venită din partea acestora. Revista franceză *Design Industrie* (nr. 95/1969) reproducea un text semnat de Paul Reilly și intitulat semnificativ *Sfidarea pop-ului*. Concluzia lui: designul nu mai poate fi gîndit decît cu destinație precisă, aderent unor grupuri sociale limitate. Antinomiei propuse de Abraham Moles drept «cauza filosofică a crizei funcționalismului» — opunînd «neo-kitschul supermarketingului» principiilor designului clasic — i se adaugă aceea, nu mai puțin actuală, între universalizarea stilistică susținută de o proiectare conformă «înțeleptelor reguli» și presiunea modelor meteorice propulsate în orbita «folclorului civilizației industriale» (Dorfles). Soluția? Căutarea ei face necesară o reconsiderare a conceptului funcției.

O abordare, poate, din perspectivă *sistemică*. Și iată, din nou, un cuvînt-cheie... «Sistemul», noțiune cu însemnat — și foarte prezent — ecou în teoria designului indică, fără îndoială, dimensiunile unei schimbări. Designul de sistem implică o strategie a proiectării fundamental diferită și o deplasare de accent: de la obiect la ambient (environment). Obiectele sînt de două feluri, susține Kurt Rowland: containere și prelungiri. Dar pentru designerul de sistem ambientul nu este un simplu macro-obiect-container ci un sistem de «prelungiri». Deja Gillo Dorfles semnalase posibilitatea apariției unei «crize a obiectului». Chiar dacă nu s-a atins (încă?) gradul de eclipsare a lucrurilor prevăzut de Dorfles, se constată, în prezent, pe un plan general, o scădere a «interesului pentru artefact», pentru *făcutul* obiectului. «Lutul olarului naște o formă/spațiul interior este cel care folosește». Aceste versuri din Lao-tse alcătuiesc, poate, modelul unui tip de receptivitate pe cale de a influența în mod hotărîtor acțiunile designului asupra mediului. Model verificat, în prealabil, de sensibilitatea artistică, în estetica «operei deschise». Suprimarea totală a obiectului, iată unul din elementele de noutate revendicate de «spațiodinamismul» lui Nicolas Schoeffer. Noul mod de consum artistic este dezvoltat de cultura electronică, crede Marshall Mac Luhan; cultură în interiorul căreia «artistul părăsește turnul de fildeș pentru turnul de control», renunță la făurirea obiectelor izolate pentru «programarea environmentului ca operă de artă».

Devenit țintă a muncii designerului ambientul preia o parte din sarcinile obiectului. Exteriorizează o formă, dezvăluie o semnificație. Proiectarea sa — aidoma celei a obiectului — include năzuința *adaptării* la dimensiunea umană. Și dacă produsul izolat poate fi discutat pornind de la disocierea structurii (șarpantei tehnice) și formei, în organismul ambiental pot fi descoperite o *infrastructură* (rețea concretă de dotări și echipamente) și o *suprastructură* (tripla orientare a «mesajului»: publicitar-comercială, socială, culturală).

Ordine, utopie, simbol. Absorbind date ale obiectului, ale produsului, ambientul dezvoltă însă și valori originale. Modelarea sa presupune utilizarea unui anumit tip, sau anumitor tipuri de *energie*. Rezultat: maleabilitate, omogenitate. Introducerea unui element nou, timpul; efortul de *ordonare* a unei succesiuni de activități intersectate; transformarea contextului spațio-temporal existent prin intervenție rațională; și — adăugăm imediat — visare lucidă.

Dilema, aici, nu poate fi evitată. Ce relație trebuie să existe, într-adevăr, între simbol, expresie și întrebuințare? Unde se sfîrșește consumul și unde începe contemplația? În ce fel se delimitează arta de viață în cuprinsul environmentului?

Categoriile artei și vieții se întîlnesc și se întrepătrund deobicei în decursul creației seriale a obiectului inutil. În jurul său gravitează un grup de domenii-frontieră: spații de intervenție (para) artistică. Diferențiate după tehnică (artizanală sau industrială) și producție (unicat sau serie); inserînd deopotrivă structuri post-constructive plantate în ambianța naturală — cum sînt, de pildă, obiectele «simili-artistice» ale lui Ștefan Bertalan* — propuneri de ambient «racordabil» ca acelea ale lui Mircea Spătaru**, variante de artă programată, modulară sau fetișuri-unicate simili-industriale cum ar fi des-citatul *Obiect plastic* de Gino Marotta... Clasificările sînt dificile. Previziunile, utopice cîteodată: «interșanjabilitatea» soluțiilor designului și artei (Dorfles), sinteza produsului industrial și obiectului «non-utilizabil și non-funcțional» (D. Fatouros).

Cooperarea design — artă este posibilă. Dar nu atît la nivelul operațional, al metodei, al tehnologiilor, cît la acela al structurilor de gîndire, al intenționalității, al eticii implicate. Experiențe consumate în cîmpul artei considerate a fi doar jocuri secunde ale designului — arta minimală de pildă — pornesc, în fapt, de la *premise* culturale asemănătoare, dacă nu identice. Ambientul «minimal» introduce astfel un raport nou între *confortul vizual* și *consumul spiritual*, pregătind posibile modificări de comportament: moral și imaginativ. Comunicarea simbolică pe care o propune atrage atenția asupra «economiei» unei gîndiri dispuse să colaboreze cordial cu natura; tolerante față de efemer și amuzament, valori contribuind netăgăduit la alcătuirea lucrurilor ce ne înconjoară. Astfel parcurgerea unor soluții ale artei contemporane poate furniza proiectării mediului locuit acea rezervă spirituală necesară «deschiderii» către imprevizibil; acea elasticitate utilă concilierii dintre om și ambient.

Evaluare și experiență. Replica utilizatorului este, uneori, pe cît de neașteptată pe atît de hotărîtă. Se citează exemplul unui cartier din Pessac construit de Le Corbusier, unde locuitorii au schimbat înfățișarea cadrului arhitectural prin adaosuri și suprimări deconcertante și absurde. Exemplul previne împotriva unilateralizării relației environment — comportament și demonstrează, alături de altele asemănătoare, că ambianța, chiar și cea artificială, se închegă pe măsura «folosirii» ei. Ignorarea acestei realități provoacă în cadrul «post-evaluării» anomalii și fenomene de respingere sau crearea unor «anti-environmente» individuale semnalate de un Dusan Sindelàr; izolate, la rîndu-le artificiale, enclave în contextul dat, prin care omul exteriorizează o năzuință adînc încorporată naturii sale: a «controla» realitatea, a-și întipări în ea însemnele.

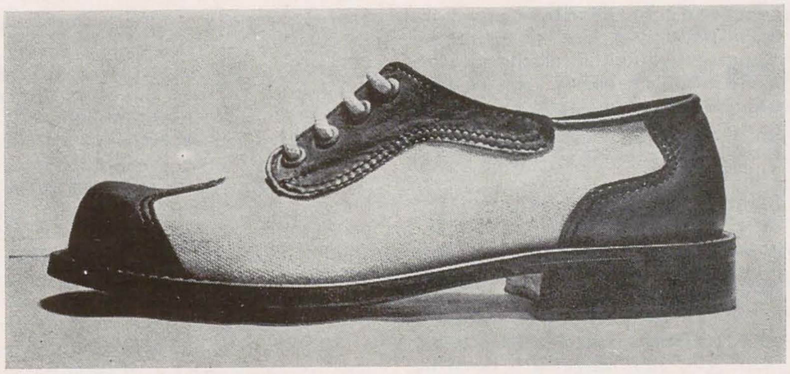
O asemenea stare de fapt aruncă altă lumină asupra însăși muncii designerului. Cît din repertoriul comportamentului avut în vedere pentru o situație dată trebuie *proiectat* și cît trebuie *programat?* Cît trebuie lăsat în voia unor posibilități de transformare? Ce raport se instaurează în noile condiții între obiect și «sistem»? Dar între om și obiect? Criteriile trebuie schimbate, remarca Michael J. Blee, înainte de a căuta răspunsurile adecvate și eficiente. Omul și obiectul sînt termenii unei confruntări posibile doar prin medierea celui de al treilea: spațiul, intervalul, *relația* însăși; cu pivotul ei: experiența, în totalitatea-i psihosomatică. Artistului ca și designerului le revine o dublă sarcină: evocarea experienței și — prin aceasta — conștientizarea relațiilor stabilite în contactul cu specificul urban. Relații ce nu exclud tranzitoriul, ludicul, familiarul ș.a. «Disciplina formală» nu mai e un scop ci o unealtă. Confortul și inconfortul vizual pot coexista fără coliziuni reciproce. Soluțiile artei pot fi consultate ca potențări ale experienței. Obiectul, smuls din rețeaua situațiilor fixe, suspendat, topit în imponderabilul *relațiilor*.

* Vezi articolul lui Gheorghe Vida, *Arta ambientală în România. Ipoteze și interpretări*, «Studii și cercetări de istoria artei», 1978.
** Vezi *ibidem*.

mihai ispir - de la obiect la « sistem ». ipostaze şi valori ale designului ambiental

CONSTANTIN MARINESCU

1. Sac de voiaj. poliamidă, pvc
2. Pantof sport, poliamidă şi pînză
3. Apès-ski, ansamblu din 3 piese cuplabile
4. Încălţăminte pentru copii şi saci de voiaj



A da o formă experienţei, aşadar. În ce fel, însă? Christopher Alexander sugerează o nouă definire a mediului (sistem de forţe) şi — paralel — posibilitatea unui nou tip de acţiune a designerului. Obiectul făurit de om poate perturba sistemul de forţe în care este introdus. Designerului îi revine, în consecinţă, rolul de a stabiliza sistemul prin mijloace artificiale. Dar, oare, numai atît?

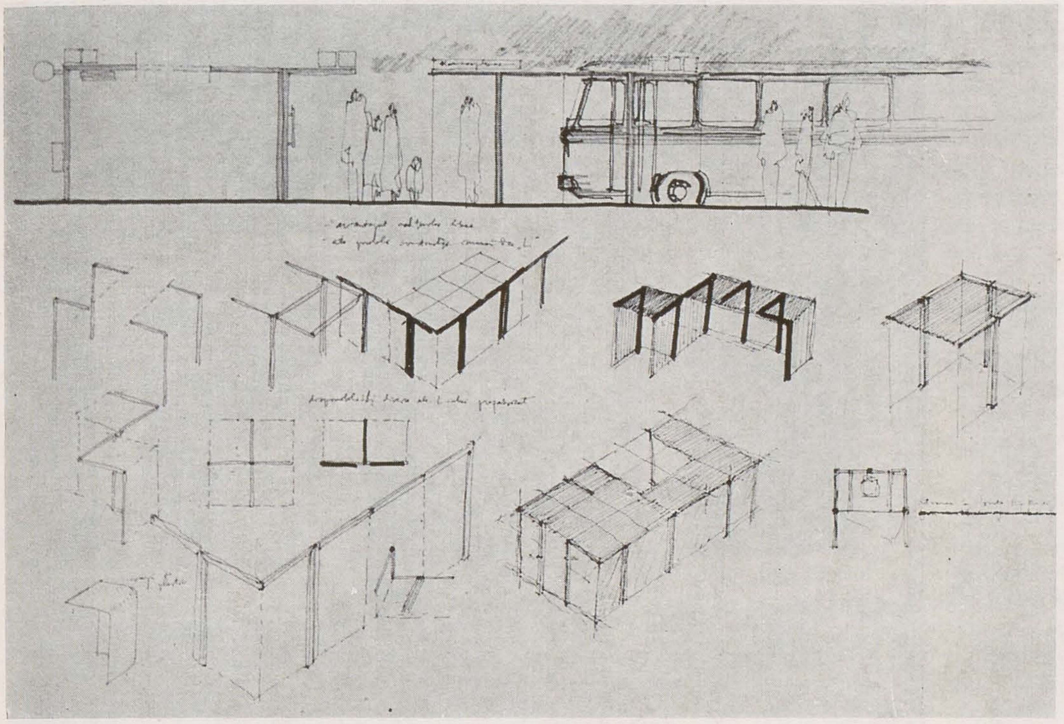
Ţelul designului de environment — solicitînd neîndoielnic munca în echipă — nu poate pierde din vedere o dualitate complementară: modelarea spaţiului şi modelarea omului. « Prelungirile » gustului, modei, chiar şi cele periferice (colecţionarea de gadgeturi, de pildă) oglindesc, pretutindeni, intervenţia « distanţei culturale »: sublimînd experienţa propriu-zisă în *amintirea* sau în *imaginea* ei, mijlocind acele relaţii — de identitate sau contrast — folositoare *destinderii* ce înlesneşte traiul în ambientul dat. Destinderea forţelor umane reactive (la şocurile parazitare ale mediului) preliminară declanşării forţelor şi energiilor participative.

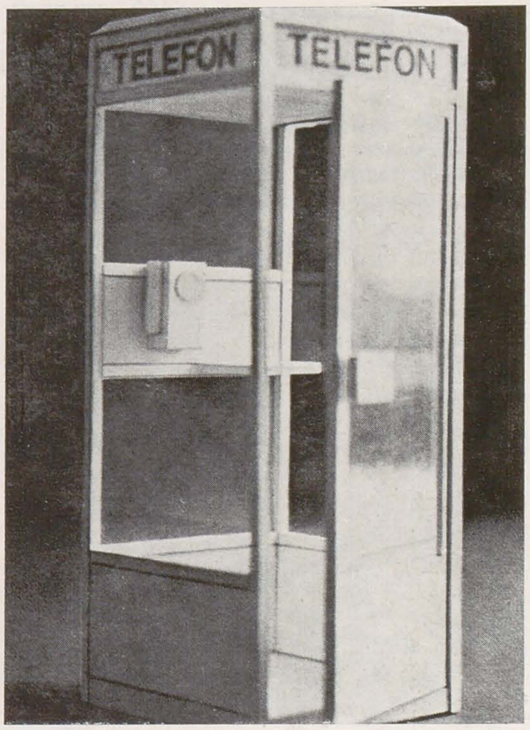
Cîteva propuneri. Orientîndu-ne în cele ce urmează asupra unor creatori şi soluţii reperate în cadrul designului românesc, începem prin a preciza criteriul alegerii lor (desigur subiectiv): legătura cu temele sugerate mai sus. Fireşte, însă, că nu avem în vedere un raport ilustrativ simplu între lucrările prezentate şi textul preliminar, ci numai eventualitatea unor oglindiri reciproce, pe cît posibil avantajoase atît ideilor cît şi — mai ales — imaginilor.

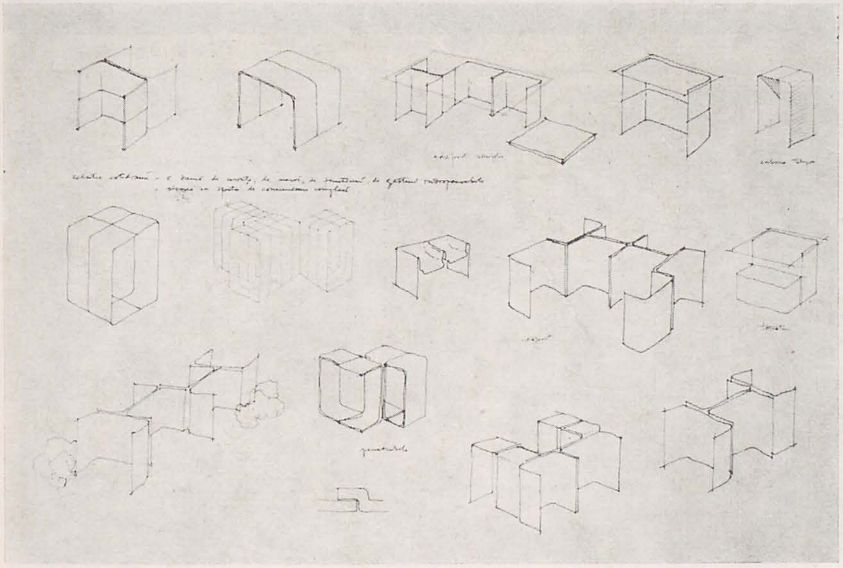
a) *Constantin Marinescu.* Autorul, cunoscut, al programului de echipament şcolar e s c o l, lansat în 1974 (ghiozdan cu accesorii, servietă, mapă, încălţăminte) şi a unor prototipuri de real impact vizual destinate cu precădere industriei pielăriei şi maselor plastice, gîndeşte produsul industrial ca parte a sistemului de dotare menit să optimizeze o zonă integrală de activităţi ale omului. « Produsul global » creat este un sistem de « obiecte-prelungiri » a cărui difuziune poate caracteriza şi personaliza optic un environment determinat: de pildă acela al vieţii şcolare; poate înrîuri, deopotrivă, anumite categorii de comportament. Acţiunea asupra obiectului este şi una asupra ambientului. De aici rezultă originalitatea ei, evidentă şi recunoscută. Pentru Constantin Marinescu obiectul a fost, la început, un element de vocabular. Şi — de asemenea — o prezenţă. O prezenţă ce trebuia « luată în posesie ». Dar cum? Desigur prin integrarea ei într-o semiologie aparte. Prin intermediul ei Constantin Marinescu îşi dezvăluie inventivitatea, umorul şi plăcerea jocului. Uneori o simplă analogie verbală dă cheia soluţiei neaşteptate: mapa-plic capătă forma unui plic real, mărit la dimensiunile necesare întrebuinţării; în dreptul « destinatarului » figurează numele posesorului. Jocul dimensiunilor — procedeu folosit şi în arta pop — introduce, astfel, o relaţie mimetică între obiecte contribuind la omogenizarea unei ambianţe. O cale de a împăca uniformitatea producţiei de serie cu nevoia de a se exprima a copilului ori adolescentului.

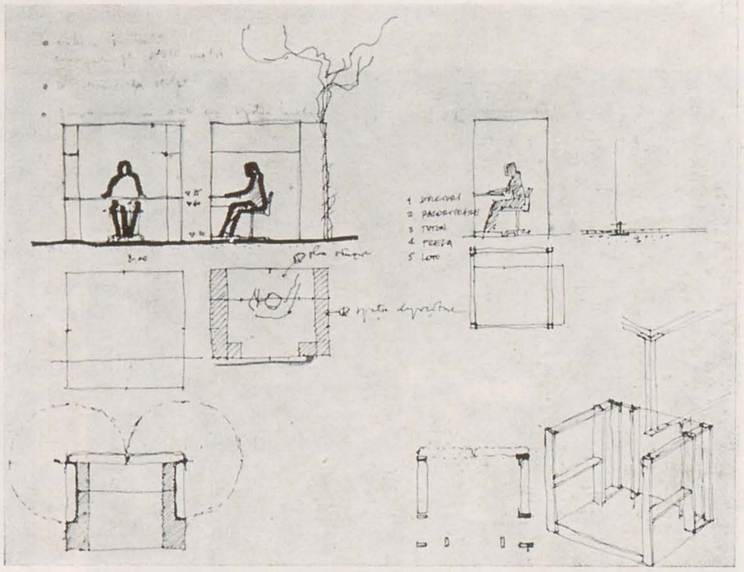
DECEBAL SCRIBA:

1. Schiță de proiect pentru adăpost călători
2. Proiect de cabină telefonică (machetă)
3. Modulare
4. Schiță pentru un proiect de tonetă comercială









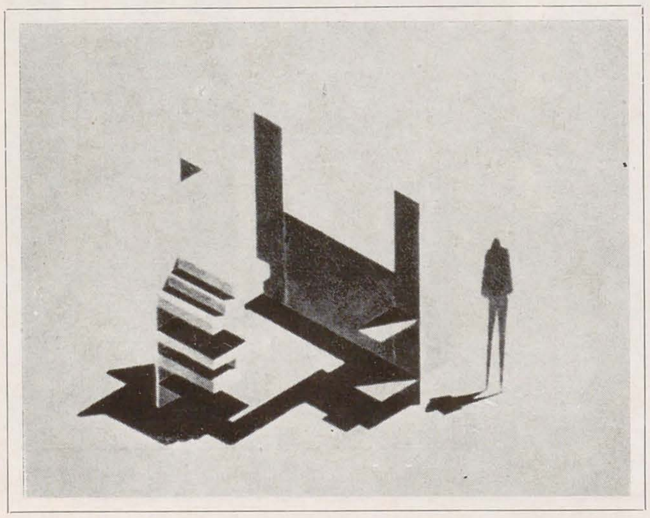
Recent, Constantin Marinescu a realizat un model de încălțăminte pentru copii ce demonstrează cu maximă simplitate o metodă prin care creatorul industrial poate influența alcătuirea unui context spațio-temporal. Noutatea sa: imprimarea în materialul tălpii a « urmei » piciorului. Modelul a fost experimentat, de altfel, cu succes și contractat în țară și pentru export. Desenul tălpii îndeamnă copilul să caute a-și imprima « urma » la suprafața solului (de pildă, pe zăpadă). Amprenta pasului se multiplică firesc, la început întîmplător, apoi « ordonat », copilul începînd să « deseneze » trasee, parcurgeri gîndite ale spațiului, cu finalitate ludică sau nu. Se naște astfel o înlănțuire lesne de înțeles, dar nu mai puțin exemplară: obiect-atitudine-comportament-spațiu-timp-ambianță. Environmentul este conceput inductiv, pornind de la experiență; se solicită colaborarea utilizatorului, rezultatul fiind o sinteză a proiectării și întrebuințării efective: imprevizibil dar cu atît mai semnificativ. Este aici un punct de plecare pentru reconsiderarea aportului și metodologiei designerului în intervenția asupra ambientului: o asumată — dar cît de folositoare — modestie, prevenind proliferarea anomaliilor crescute în urma unei dirijări arbitrare. Prin realizările sale de pînă acum, Constantin Marinescu se dovedește, astfel, a fi și un autentic « envirotect ».

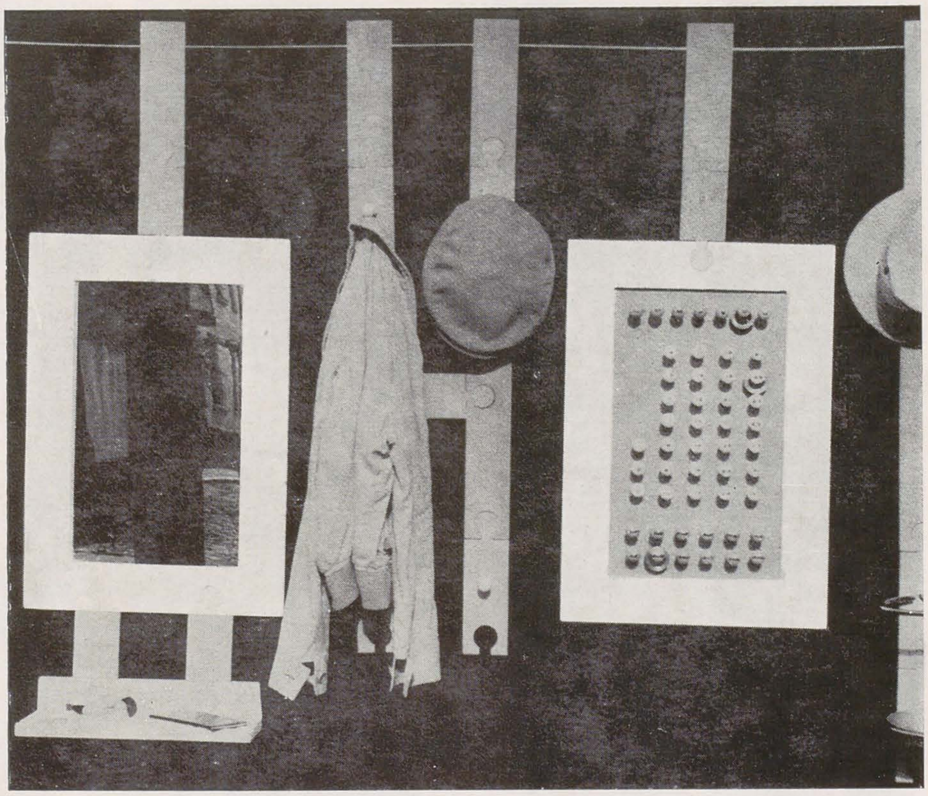
b) *Decebal Scriba*. Proiectele sale de mobilier urban — unele deja concretizate: adăposturi pentru călători la Buzău și București — traduc cu discreție o limpede orientare în ordinea higienei estetice a spațiului citadin. Stația de la Buzău, de pildă, de frumoase proporții, concepută pentru a împlini cerințe dintre cele mai actuale — modulare, poli-funcționalitate, posibilități de creștere — este remarcabilă prin îmbinarea a două valori ale văzului menite să contribuie la disciplinarea elastică a contextului în care se instalează: rigoare și firesc. O structură simplă, rectangulară — cadre metalice și suprafețe de sticlă securizată — poate integra dotări diverse, prin articulații suple: spații pentru difuzarea ziarelor, telefon public, debit de tutun ș.a. Dificultatea plastică a unei astfel de implantări urbane se întemeiază pe obligația de a introduce un grup de « obiecte conținătoare » într-un spațiu receptacol mai amplu — cel al străzii. Așadar, un ansamblu de volume care, teoretic, se neagă reciproc. Rezultatul acestei suprapuneri adesea nefericite este, din păcate, în abundență verificabil în realitatea stradală, unde întîlnim, nu odată, aglomerări întîmplătoare de volume — containere și elemente signaletice în dreptul cîte unei stații pentru vehiculele transportului în comun. Prezențe fără legătură de multe ori unele cu altele — contrazicîndu-se, formal, între ele și contrazicînd laolaltă dinamismul rectiliniu al străzii. Complexitatea problemei rezidă însă și în faptul că « agresivitatea » pieselor în discuție se sprijină pe însăși acuzarea — prin culoare, material, carcasă volumetrică ș.a. — a existenței lor obiectuale. În mod ideal, întreagă această categorie a mobilierului urban își poate găsi locul, coerența în ansam-

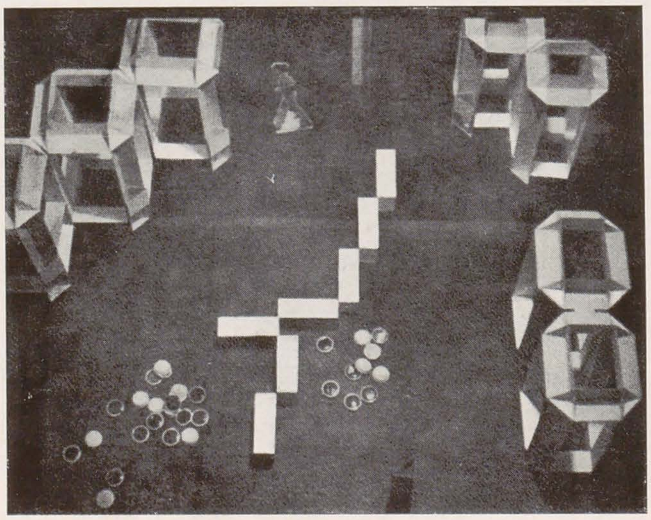
mihai ispir - de la obiect la « sistem ». ipostaze și valori ale designului ambiental

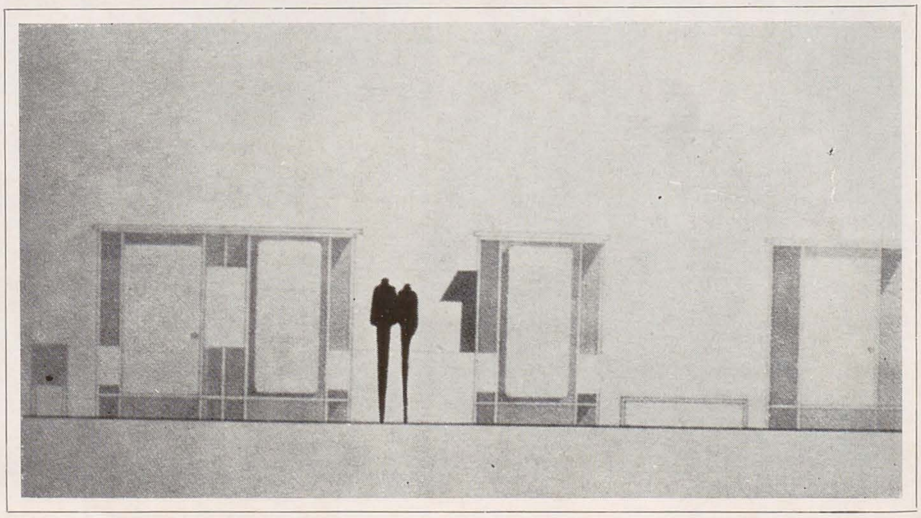
blul străzii, lăsîndu-se doar absorbită în fluxul acesteia, « depersonalizîndu-se » într-un fel, fără a-și pierde identitatea vizuală, evident necesară pentru acoperirea unor nevoi elementare: informație, recunoaștere, orientare, eventual suport publicitar.
Decebal Scriba rezolvă această ambiguitate prin chiar transparența structurii, prin claritatea ei carteziană, aproape « conceptuală ». Eliminînd

IOAN DRAGOȘ:
1. Proiect de mobilier stradal (studiu de volumetrie)
2. Ansamblu de suporți pentru îmbrăcăminte
3. Proiect de echipament stradal
4. Proiect de echipament stradal (machetă)









orice artificiu, rezervă, prin dimensionarea exactă și minimă a elementelor purtătoare, zone largi sticlei, material în stare să producă ambivalența spațiului închis și a celui deschis, a interiorului și exteriorului; îndrumînd către dominanta orizontală, perceptibilă în experiența vitezei, a deplasării. Culoarea este aplicată aici cu parcimonie și în același spirit al « economiei » și dizolvării plasticității volumului, reducției sale spre bidimensional: benzi oblice de acuzat contrast, indicînd, alături de însemnele grafice, cîte un punct de interes.
Despre mobilierul urban pe care-l propune Decebal Scriba se poate spune că se *desenează* cu eleganță pe fundalul orașului, impunîndu-se nu atît prin masă cît prin spațiul pe care-l creează, pe care-l (re)descoperă, făcîndu-l *inteligibil*.

c) *Ioan Dragoș*. La rîndul său preocupat de mobilierul urban, îl concepe ca totalitate organică. Este adeptul unei intervenții decise, radicale, în cadrul existent. Înarmat cu încredințarea în capacitatea de supraviețuire a obiectului, Ioan Dragoș nu renunță la folosința sa ca temei al unui alfabet formal, căutînd în însăși geometria lucrurilor resursele unei asanări ambientale. Pentru el drumul cel mai scurt de la obiect la ambient este semnificat de *modul*. Prin modul, Ioan Dragoș năzuiește să-și extindă integral acțiunea asupra spațiului pe care-l are la dispoziție, lăsînd cît mai puțin posibil în voia întîmplării necontrolate. Demersul său se justifică întrucît este aplicat unor enclave limitate în spațiul citadin. Analizînd înțelesurile străzii, designerul distinge funcțiuni, semnificații, o structură informațională și o sursă a posibilităților de *întîlnire*, de comunicare. Concepînd plantații de « edicule » — așa cum el însuși le definește — cu capacitatea de a împlini utilități diverse, de la microspațiul comercial la cabina telefonică, Ioan Dragoș imaginează, în fapt, « locuri de întîlnire » pregătite în vederea unei comunicări complexe. Deși proiectate potrivit unor stricte norme de întrebuințare deduse din reguli precise, ergonomice și economice, aceste structuri nu sînt aservite în întregime funcțiilor, ci și « interfețelor » ce le despart, cuprinzînd gesturi și impulsuri firești — plimbare, conversație, odihnă. « Ediculele » sînt gîndite astfel ca, pe lîngă folosința primară, să alcătuiască un sistem liber de închidere a perimetrului decupat pe harta orașului, eventual subcompartimentat prin bănci, semnale tridimensionale ș.a.
Evaluate la nivelul macrospațial al urbanisticii, virtualitățile morfo-expresive ale obiectelor sînt urmărite apoi de Ioan Dragoș în microcosmosul ambianței de interior. Redusă scara, intențiile ca și metoda nu se modifică fundamental. Nu mai e vorba însă de o unitate individuală pornind de la care se încheagă « sistemul » ci, în prealabil, de un obiect banal, aparat « compact » (cuierul) *descompus* în prima etapă și apoi prefăcut în succesiunea ritmică de elemente în stare să genereze un anumit cadru de existență familiară. Drumul mental între obiect și « sistem » este astfel parcurs în ambele sensuri, punînd în lumină o relație — necesară — de reciprocitate.

design-culoare-ambient

paul constantin

Ceea ce a marcat hotărîtor începutul erei moderne a fost, încă din Renaştere, conştiinţa puterii demiurgice a omului. Drumul parcurs de atunci pînă azi, cînd omul nu numai că stăpîneşte *Terra*, dar a şi pornit să cucerească spaţiile interastrale, e uriaş. Din păcate, însă, procesul stăpînirii planetei a fost şi este însoţit de numeroase calamităţi ecologice, de poluări fizice şi psihice, mereu mai ameninţătoare în perspectivă, printre care chiar şi poluarea coloristică.

Împotriva unor astfel de pericole, cromatice, pot acţiona foarte eficace, împreună fireşte cu alţi artişti, designerii specializaţi în culoare. Rolul lor este cu atît mai mare cu cît, în actualul stadiu al cunoştinţelor, culorile devin o putere psiho-fiziologică în stare să acţioneze salutar în cele mai diferite domenii: de la medicină şi pedagogie pînă la ridicarea productivităţii muncii şi, fireşte, *a fortiori*, pînă la educaţia estetică a oamenilor. Producţia culorilor, foarte mare azi, trebuie orientată şi folosită spre ridicarea calitativă a mediului ambiental. « Epoca noastră fabrică culoare, aşa cum fabrică întregul său mediu înconjurător — spune Pierre Francastel. Omul spectator şi explorator face loc omului artizan şi fabricant al universului său; [. . .] Culoarea este unul din materialele ce capătă cea mai mare întindere în această rapidă creaţie a unui nou ambient uman ». Dacă mai adăugăm şi faptul că fenomenele cromatice nu sînt imuabile, ci evoluează mereu, depinzînd chiar de fiecare situaţie în parte şi, mai ales, de capacitatea, de « talentul » fiecărui individ, trebuie să fim de acord cu Francastel care socoteşte că şi: « Tehnicienii pot învăţa multe dintr-o cunoaştere mai raţională a marilor fenomene artistice contemporane . . . ».

Fireşte că problemele pictorului, ale designerului sau ale oricărui artist ce mînuieşte culoarea sînt altele decît problemele cromatice ale fizicianului, chimistului, psihologului, fiziologului, pedagogului, ergonomistului sau ale inginerului. Totuşi, ele aparţin — toate — uneia şi aceleiaşi sfere, uneia şi aceleiaşi totalităţi de trăire umană, ce nu poate fi fragmentată.

De aceea soluţiile feluritelor şi gravelor probleme cromatice pe care le pune mediul ambiental de azi, şi mai ales cel de mîine, nu por fi găsite decît prin colaborarea tuturor acelora ce investighează, într-un fel sau într-altul, universul culorilor. Şi aceasta, cu atît mai mult cu cît influenţele culorilor în diferitele domenii ale mediului ambiental nu se datoresc unor cauze misterioase. Ele sînt perfect cunoscute, pot fi analizate prin toate mijloacele, inclusiv cele artistice.

Pentru a se folosi cît mai bine calităţile funcţionale ale culorilor, trebuiesc însă cunoscute şi respectate principalele legi ce le guvernează efectele: legea acomodării, cea a contrastelor simultane, a contrastelor succesive, a fenomenelor iradierii, a raporturilor dintre viteza percepţiei şi lungimea de undă a culorilor etc., precum şi chiar de preferinţele oamenilor: naţionale, individuale, pe categorii de vîrstă ş.a.m.d.

Printre problemele fundamentale ce se pun azi designerilor colorişti se situează:

— optimalizarea modalităţilor în care percepe omul culorile mediului ambiental, în general; armonizarea cromaticii spaţiilor urbane; armonizarea cromaticii arhitecturii interioare; armonizarea sistemelor coloristice din ambianţa industrială, din cea socio-culturală, şcolară etc. etc.

Concomitent, alt contingent masiv de specialişti studiază, împreună cu designerii, problemele cromaticii mărfurilor: de la maşini-unelte şi vehicule, pînă la textile, confecţii, produse ale industriei uşoare în general sau ale celei alimentare în special şi, fireşte, şi cromatica ambalajelor comerciale. Ei urmăresc o ridicare calitativă generală şi implicit una estetică a produselor, spre a stimula vînzarea şi a face educaţia gustului public.

În sfîrşit, *last but not least* — cei ce mai contribuie cu o mare pondere estetică la cromatica ambientală, determinînd chiar orientarea generală coloristică, sînt pictorii, sculptorii, graficienii, mozaicarii, tapiserii sau alţi artişti plastici.

*

Din păcate, însă, aproape nimeni nu urmăreşte *cromatica ambientală în ansamblul ei*, întreg din care nu se poate exclude nici un detaliu, nici o secvenţă, nimic din ceea ce include el ca fenomen static sau dinamic. Aşa, de pildă, cercetînd aspectul străzii — una din cele mai caracteristice şi mai active componente ale ambientului metropolitan modern — constatăm că nimeni nu coordonează eforturile celor ce creează cromatica urbanisticii şi a arhitecturii, cu coloristica vehiculelor, a confecţiilor sau a altor mărfuri, cu cea a panourilor publicitare, a reclamelor de toate felurile sau cu cea a spaţiilor verzi. Toate acestea şi încă multe altele alcătuiesc un spectacol cotidian de mare putere expresivă, ce acţionează intens asupra echilibrului fizio-psihologic al oamenilor.

Fiecare rochie sau costum, fiecare perdea sau lampă, fiecare covor sau plic de disc muzical, fiecare carte sau fiecare ambalaj comercial ş.a.m.d. reprezintă, pe de o parte, un obiect finit cu propriul său echilibru, şi, pe de alta, un element al compoziţiei vitrinei. Ele sînt, pentru cel ce organizează vitrina, ceea ce sînt culorile pentru pictori sau cubuleţele de sticlă pentru mozaicari. Iar vitrina, la rîndul ei, este doar o secvenţă din filmul străzii ce se desfăşoară zilnic în faţa noastră o bună bucată de vreme.

La cele două benzi de vitrine, ce ne însoţesc deseori neîntrerupt, de ambele părţi ale străzii, mai trebuie încă adăugate şirurile multicolore ale automobilelor, cu farurile şi avertizoarele ce clipesc tot timpul, şirurile oamenilor îmbrăcaţi care de care mai colorat, cu umbrele, genţi şi sacoşe colorate, reclamele fixe şi mişcătoare, peluzele cu flori, copacii etc. etc. Iar odată cu întunericul, cînd majoritatea nivelelor superioare nu se mai văd, efectul cromatic al vitrinelor, al reclamelor luminoase şi al vehiculelor ce stăpînesc acum literalmente oraşul — creşte nemăsurat.

Toată dezlănţuirea de culori pure, intense, « electrice » chiar, torentele de lumini colorate, orbitoare, în general toată goana după şoc coloristic a publicităţii contemporane, rămîn în afara oricărui control. Alarmat de astfel de fenomene, Fernand Léger spunea: « A venit vremea cred, să încercăm a ordona această anarhie ».

Dar cei ce planifică oraşele, ca şi proiectanţii construcţiilor, nu iau sau nu pot să ia, de obicei, în consideraţie întregul şir de fenomene mai înainte amintite. Şi totuşi ele aparţin integral ambianţei urbanistice şi acţionează asupra oamenilor, uneori chiar mai puternic decît arhitectura, decît artele murale sau statuile. Nici un studiu urbanistic sau arhitectural nu poate ajunge de fapt la rezultate perfect concludente fără să cuprindă problemele întregului ambient cromatic, pe care omul îl trăieşte zilnic cîteva ceasuri, străbătînd oraşul.

Din păcate, de foarte multe ori nu apar în proiecte nici măcar problemele curente ale cromaticii arhitecturii: culorile paramentelor, ale zugrăvelilor sau ale echipamentului; precum nici gama coloristică indicată de proiectanţi pentru o eventuală operă murală. Astfel de probleme se rezolvă « pe parcurs », cu sau fără avizul arhitectului şi, fireşte, cu tot hazardul ce-l presupun astfel de procedee. Dealtminteri arhitecţii sînt obişnuiţi încă din şcoală să facă doar proiecte monocrome. Or, culoarea nu poate fi un element adjuvant în urbanism şi arhitectură ! Formele nu pot fi « vopsite » oricum, ulterior. Cromatica trebuie să fie o parte constitutivă, fundamentală a proiectului. Înainte de toate pentru că forma şi culoarea nu pot fi, de fapt, separate, fiecare formă cerînd o anume culoare sau valoare. Iar apoi, pentru că o serie de probleme esenţiale ale urbanismului şi ale arhitecturii, de natură funcţională, fizio-psihologică şi estetică nu pot fi rezolvate decît prin culoare.

Dar culoarea poate aduce şi acea varietate în unitate, arzător necesară oraşelor moderne, în care uniformitatea nesfîrşitelor şiruri de blocuri, ce repetă, fiecare la rîndul său, zeci de etaje identice, a devenit o adevărată primejdie psihologică, constituind se pare şi una din sursele alienării. Un astfel de ţel se poate atinge nu numai prin varietatea cromatică propriu-zisă, ci şi prin jocurile volumetrice pe care le pot sugera culorile. Se ştie că prin capacitatea lor de a veni în faţă sau a se îndepărta, culorile reprezintă şi adevărate forţe spaţiale.

Arhitectura a fost mii de ani colorată. Omul a simţit dintotdeauna, instinctiv, nevoia culorii. Una din trăsăturile specifice ale arhitecturii moderne a fost şi epurarea suprafeţelor, ceea ce a dus şi la eliminarea culorii. Dar aşa numita « lege a laptelui de var », lansată de Le Corbusier după primul război mondial, ca şi asceza riguros geometrică, de altminteri, n-au obţinut sufragiile generale ale publicului. Vorbind despre culoare în arhitectura modernă, Fernand Léger spunea: « Să ne întoarcem la origini. Problema s-a limpezit în 1922—23, cînd arhitecţii au curăţat — căci n-am alt cuvînt mai potrivit — arhitectura de decorul 1900. Lumea s-a găsit în faţa unor ziduri albe şi nude. Arhitecţii erau încîntaţi. Numai că o casă nu e făcută doar pentru ei, ci e făcută să fie locuită de proprietar şi de alţii. Iar numărul celor decişi să locuiască între aceste ziduri albe era foarte limitat ». Pictorul amintea apoi cum, în 1925, arhitectul Mallet-Stevens i-a cerut să-i decoreze în culoare o clădire deoarece clientul, în faţa zidurilor albe, spusese speriat: « E un spital ! ».

Iar Michel Ragon consideră că « . . . policromia poate permite clădirii să devină tablou, să realizeze acea unitate pierdută dintre arhitectură, pictură şi sculptură ». Precizînd apoi: « Unitate, nu prin juxtapunere, ci prin fuziune » — accentuînd calitatea culorii ca element intrinsec al creaţiei arhitecturale. Şi ca un exemplu ce nu trebuie urmat, el dă marele mozaic ce acoperă în întregime biblioteca universi-

paul constantin - design, culoare, ambient

tății din Mexico City, clădire pe care o compară cu «... un fel de șevalet ce poartă o pictură». Într-adevăr, marea experiență făcută de muraliștii mexicani nu e concludentă, în pofida celor mai bune intenții ce urmăreau refacerea sintezei moderne a artelor; și în pofida valorii operelor în sine, datorate unor mari maeștri ca Rivera, Orozco, Siqueiros sau arhitectul Juan O'Gorman. Copleșite de uriașe mozaicuri, picturi murale sau basoreliefuri policrome, aceste construcții mexicane devin simple suporturi, dacă nu sînt, cum se întîmplă frecvent, desființate ca volume arhitecturale.

Tot așa, Victor Vasarely, care a făcut unele experiențe «Op art» în decorația murală, destul de izbutite pe suprafețe relativ limitate, nu mai poate stăpîni panouri mari. Proiectele sale cu contraste coloristice exacerbate, șocante, producînd efecte cinetice, iluzioniste, sparg forma arhitecturală, pe de o parte; iar pe de alta, sînt destul de discutabile chiar și ca efect psihologic în sine. Ceea ce s-a verificat dealtminteri și practic, în 1976, prin decorația exterioară a fundației Vasarely de la Jas de Boufon — lîngă Aix-en-Provence — unde construcția e dominată de o serie de discuri uriașe, intens colorate, pe fond foarte deschis, aproape alb, sau viceversa. Împotriva volumetriei arhitecturale s-au dovedit a fi, de pildă, și alte încercări de cromatică murală, făcute de unii pictori americani, cărora li s-au pus la dispoziție anumite străzi, de către primăriile orașelor din S.U.A. Artiștii și-au pictat pur și simplu tablourile, ridicate la o scară uriașă, pe pereții construcțiilor, ca și pe pînză sau pe carton, de cele mai multe ori fără a ține seama nici măcar de ritmul sau distribuția golurilor, ba creînd chiar fantastice efecte de *trompe l'oeil*. Ceea ce reprezintă, firește, o poziție irațională, anulînd cel mai elementar echilibru spațial și, implicit, capacitatea arhitecturii de a contrabalansa cel puțin agitația orașului.

Anti-arhitecturale, cel puțin, sînt și marile volume geometrice, policrome, așezate ca reclame pe edificiile înalte din unele metropole și care reduc construcția la rolul unui simplu soclu.

Poate și mai agresive, deoarece desființează literalmente arhitectura, sînt însă unele reclame luminoase, fixe sau mișcătoare, cu atît mai mult cu cît noaptea formele clădirilor se estompează foarte mult.

Dar toate acestea reprezintă numai unele din numeroasele și gravele probleme cu care este confruntat mediul nostru ambiental.

Nu încape îndoială că soluțiile sînt foarte greu de găsit și încă mai greu de impus, tuturor factorilor ce decid în această situație complexă, care implică un mare număr de sectoare ale societății moderne. Totuși trebuie să pledăm cu insistență pentru colaborarea tuturor specialiștilor între ei, fără eludarea artiștilor.

Printre cele mai generale concluzii ce s-ar impune cu privire la cromatica urbanisticii și cea exterioară a arhitecturii, se situează, înainte de toate, necesitatea respectării riguroase a principiului integrării coloristicii în proiectare. Culoarea — de la zugrăveli și pînă la grădini — trebuie studiată deodată cu toate celelalte componente ale proiectului. Numai astfel poate ea contribui, efectiv, la optimalizarea condițiilor materiale și spirituale de viață și muncă.

A doua concluzie generală ar putea fi, credem, că cel puțin pentru exterior, abuzul de culoare pură, de șoc cromatic cu contraste exacerbate, nu e de loc recomandabil. Arhitectura — acel «Joc savant, corect și magnific, al volumelor în lumină», după expresia lui Le Corbusier — e menită să creeze tocmai raporturi spațiale calme, echilibrate, oferind oamenilor acele oaze de liniște la care ei aspiră dintotdeauna; și cu atît mai mult azi, cînd ea trebuie să și compenseze agitația și stridențele cromatice ale străzii, precum și în general tensiunea mereu crescîndă a ritmului vieții. Motiv pentru care socotim nepotrivite orice tendințe expresioniste sau iraționale în general, atît în forme, cît și în culoare.

Poate că cele mai adecvate și mai frumoase efecte cromatice se obțin mai ales prin materiale: oțeluri sau metale sintetice, geamuri reflectante, marmuri și pietre, ceramici și toată gama maselor plastice, felurite tencuieli sau lemn și, fără îndoială, nesfîrșita rezervă a «invenției». Oricum, culoarea nu trebuie să pară niciodată «adăugată». Suprafețele nu trebuie să pară «vopsite».

Un alt mijloc cromatic, esențial, al urbanisticii, este lumina. Felul cum volumele primesc și reflectă lumina de zi, precum și compoziția fasciculelor colorate sau alte tipuri de surse de lumină artificială, pot crea o admirabilă decorație, de zi și de noapte. La aceasta se adaugă, firește, străvechea modalitate la care aspiră oamenii dintotdeauna: zonele verzi, oglinzile de apă și fîntînile. Plantațiile de tot felul, peluzele de iarbă și flori, copacii, bazinele și jocurile de apă, combinate sau nu cu lumina artificială, reprezintă o inepuizabilă sursă de armonie cromatică, ale cărei efecte psihologice, calmante, nu sînt egalate decît de minunatele efecte fiziologice ale lumii vegetale, ce purifică atmosfera.

În sfîrșit, un rol de prim ordin în cromatica ambientală îl joacă artele monumentale propriu-zise: de la panoul mural policrom — vitraliu, pictură, sgrafitto, mozaic sau relief — pînă la rondbos; precum și toată varietatea tehnicilor moderne: metal, ceramică, mase plastice, sticlă etc. etc.

Dar problemele lor, foarte complexe, depășesc cu mult cadrul articolului nostru. Ceea ce trebuie însă neapărat amintit este că și artistul decorator face parte integrantă, de la bun început, din echipa de proiectare. Metoda, din păcate prea generalizată, după care sculptorul sau pictorul este chemat abia după perfectarea proiectului, oferindu-i-se «un spațiu de decorat», este fundamental greșită. Opera murală trebuie integrată de la bun început în proiect.

*

Oricum, din gravele probleme — de azi și de mîine — ale mediului ambiental, nu poate fi exclus rolul culorii. De unde derivă adevărul elementar că funcția designerului, ca și a celorlalți artiști, de altminteri, trebuie să se exercite cît mai larg. Artiștii trebuie cuprinși sistematic, cu drept de decizie, în colectivele ce concep ansamblurile arhitecturale și urbanistice. Nu e suficientă adăugarea unor puncte plastice sau cromatice pe un fond arhitectural preconceput. Integrarea culorii ca element structural și nu superficial, de «decor», va elimina măcar una din multele noxe ale vieții moderne.

colocviu

În vederea stabilirii și propunerii unor repere utile în dezvoltarea activității de design în țara noastră (aspecte de ordin formativ, de teorie și strategie operațională, impact social etc.), revista «Arta» în colaborare cu Institutul de arte plastice «Nicolae Grigorescu» a organizat în ziua de 3 noiembrie 1979 la sediul institutului un colocviu dedicat problemelor designului.

Participanților la colocviu li s-a propus un chestionar orientativ:

— există mai multe moduri de a defini obiectul, «teritoriul», strategiile specifice și metodologia designului? Ce este, după părerea dv., designul? — Cum înțelegeți problema integrării sociale a designului, a rolului acestuia de a interveni pozitiv în realitatea socială? Care ar fi rostul designului în societatea noastră de azi din punctul de vedere al raportului dinamic societate-design; ce s-a realizat și ce mai este încă de făcut?

— se afirmă accepția raționalizatoare, ordonatoare a designului, fie la nivelul creării diferențiate de obiecte sau al organizării unor activități și procese, fie la cel sistemic. Cum priviți acest rol raționalizator, ordonator pentru obținerea unei funcționalități optime și a unei condiții estetice superioare cu o maximă economie de material și efort?

— Care sînt problemele actuale ale relației design-producție din din punct de vedere al condițiilor generale existente, al organizării proceselor, al integrării designului în ansamblul producției etc?

— Cum vedeți problema raporturilor interdisciplinare ale procesului de design cu cercetarea sociologică, psihologică, de marketing, ecologică, inginerească etc., ale designului cu știința, tehnica, arta?

— Cum priviți problema designului ambiental? Cum priviți raporturile designului cu celelalte structuri ale civilizației urbane contemporane?

— Cum credeți că trebuie structurat mai bine procesul de învățămînt de design? Care sînt, după dv., structurile optime ale unui învățămînt «creator» de designeri?

— Cum apreciați responsabilitatea învățămîntului de specialitate în rezolvarea impactului tînărului designer cu producția, după absolvirea institutului; ce credeți că trebuie să facă învățămîntul pentru integrarea socială și productivă cît mai rapidă a designului?

Au luat cuvîntul: Vasile Drăguț, Octavian Barbosa, Ion Bitzan, Paul Caravia, Vasile Celmare, Anton Dâmboianu, Alexandru Ghilduș, Eugen Huștiu, Constantin Marinescu, Alexandru Nestor, Mihai Panduru, Amelia Pavel, Ion Popa, Virgil Salvan, Decebal Scriba, Napoleon Zamfir.

design-cultură-civilizaţie

definire, strategie, impact social

colocviu

Vasile Drăguţ

Aş vrea întîi să vă mulţumesc pentru participarea la această întîlnire, care are cîteva scopuri clar mărturisite. Înainte de toate este vorba de a realiza o concentrare a forţelor pentru crearea unui front de opinie menit să facă din design o realitate mult mai vie în viaţa socială decît este în prezent. Deşi de mai multă vreme se discută despre design, se demonstrează importanţa designului ca instrument de remodelare estetică, dar şi ca pîrghie economică în viaţa socială contemporană, totuşi rămînem încă la stadiul unor discuţii între profesionişti, la declaraţii uneori foarte competente, dar care nu se traduc şi în modificarea efectivă a procesului industrial, în asimilarea în industrie a ideilor pe care designerii le au, şi nu este lipsit de semnificaţie faptul că nici pînă în prezent statutul social al designerului nu este foarte clar stabilit. Dumneavoastră ştiţi foarte bine că mulţi dintre absolvenţii cu acest profil de la Institutele din Cluj-Napoca şi Bucureşti sînt încadraţi după cum se întîmplă, unii eventual ca ingineri, alţii ca artişti plastici, ca proiectanţi ş.a.m.d. şi, ceea ce mi se pare mai grav, este neînţelegerea rolului designerului în procesul industrial, faptul că la locul de muncă designerul este dominat, ca posibilitate de decizie, de alţi factori.
Recenta expoziţie « Artă-industrie — ambient » de la Dalles, deşi deschisă foarte scurtă vreme, s-a bucurat de un ecou favorabil atît în presă, cît şi la radio, la televiziune şi de asemenea am primit nu puţine felicitări de la cei ce au vizitat această expoziţie. Nu vrem să ne oprim aici. Am dori ca în cursul anului viitor să organizăm măcar încă o expoziţie de design şi de asemenea să lărgim cîmpul de activitate şi prin organizarea unui studio de design în Institutul nostru. Aceasta pentru a crea o bază mai sigură de activitate în Institut; studenţii tineri vor putea să beneficieze de existenţa unui asemenea studio şi vor putea să se perfecţioneze « din mers » pe lîngă colegii lor mai mari prezenţi în această unitate de *creaţie* şi de *producţie* în acelaşi timp.
Prima problemă pe care propun să o abordăm este aceea a atitudinii de principiu faţă de design, obiectul, teritoriul şi strategiile specifice metodologiei disciplinei.

Paul Caravia

Îmi permit să susţin că asupra termenului de design s-a scris suficient de mult şi că, deşi încă există obiecţiuni cu privire la acceptarea lui ca atare, designul este un termen care poate fi integrat în limba română foarte firesc, cum au fost integrate atîtea alte neologisme în decursul timpului. Vreau să mă refer la locul ce-l ocupă designul între structurile gîndirii ştiinţifice şi cele artistice. Dacă designul ar fi devenit o disciplină ştiinţifică nedisimulată, atunci n-am fi vorbit acum şi aici de « atitudini » şi « interpretări » faţă de obiectul şi metodele sale. Şi pentru alte motive, de fond, sîntem îndreptăţiţi să susţinem că este o *disciplină nouă* în raport cu evoluţia cunoaşterii — situată în sfera *teoriei obiectelor*. Scopul designului este să descifreze procesele *inovării formelor produselor şi ale structurii ambientale*.
Ca disciplină teoretică designul subîntinde şi un domeniu de *fapte* — recunoscute şi legitimate social ca necesare — precum şi *activităţi* specifice. Inovarea formelor produselor industriale mai are încă un sens în concepţia noastră despre design, acela de a fi orientată spre *organizarea optimă a mediului tehnic, a tehnosferei*. Deci nu este un scop în sine cum lasă uneori impresia gratuitatea unor forme capricioase.
Termenul de design este astăzi folosit şi în multiple alte domenii. De ex: designul educaţional, designul unui sistem informatic, designul cinematografic etc. Ceea ce au comun aceste accepţiuni, lato sensu, este atributul definitor, de a fi un *demers proiectiv*. La rîndul său, acest concept are două conotaţii:

a) concepere unitară, integrală, a formei unui proces (ansamblu de operaţii) sau unor produse (ansamblu de elemente);

b) ideea de creaţie, de excludere a simplei reproduceri, a ceea ce numim proiectare de rutină.

Cele două conotaţii sînt reţinute şi în definirea designului de produs considerat ca demers proiectiv, de modelare deci a spaţiului de obiecte. În acest sens se poate distinge o aplicare extinsă, cînd se vizează proiectarea întregului environ (inclusiv cel cosmic) şi o accepţiune mai restrînsă, la care aderăm şi noi, de *proiectare a cîmpului de produse şi de ambientări proxime*.
Prin termenul de *proiectare* înţelegem aici anticiparea sensului unei schimbări, în cazul nostru în ordinea conceperii unui obiect sau a configurărilor de obiecte. Se consideră deci o mulţime de elemente (E) aflate într-o anume ordine de conexiuni (C) conform unor reguli (R) date.
Prin actul proiectiv care aici înseamnă introducerea unui alt sens, deci o revalorizare a situaţiei obiectelor, se anticipează modificări fie la nivelul elementelor (adăugare sau reducere), fie la nivelul interrelaţiilor, fie la nivelul regulilor de configurare, fie la nivelul contextuării obiectelor într-o nouă situaţie a lor.
Îmi pare rău că trebuie să mă autocitez dar în alocuţiunea prezentată la « Seminarul Naţional de Design (1974) » intitulată « Designul o dimensiune a vieţii sociale moderne » (ca şi în studii anterioare) era formulată expres poziţia noastră ideologică prin sublinierea funcţiei sociale şi culturale a designului. Şi nu numai a mea. Pentru evoluţia gîndirii în domeniul designului din ţara noastră socotesc că seminarul a însemnat mult. Am avansat atunci ideea că determinanta socială a designului se defineşte prin « condiţia stilistică a mediului tehnic », de « *organizare stilistic-eficientă a mediului tehnic* ».
Iată dar că la acel seminar se dezbătea deja problema degradării mediului şi mai ales a mediului creat de om, probleme care azi sînt la ordinea zilei. Tocmai de aceea m-am raliat acelora care au considerat designul ca un domeniu al practicii sociale dar totodată şi ca o categorie culturală, stilistică, specifică vieţii cotidiene moderne.
Societatea noastră răspunde şi va trebui să răspundă ingerinţelor designului pe măsura în care chiar documentele programatice arată că sîntem obligaţi să asigurăm un mediu civilizatoric cu un indice sporit al calităţii vieţii, deci al calităţii componentelor acestui mediu, implicit obiectele ce ne înconjoară. Mentalitatea promovată prin Programul şi prin Directivele Congresului al XII-lea al P.C.R., în care designul este implicat, este de fapt o formă a luptei pentru înnoire, pentru calitate, pentru productivitate reală, pentru raţionalitate în economie, în producţie, în trebuinţe, în conducere.

Vasile Drăguţ

Pe marginea celor spuse de tov. Paul Caravia, am avut în ultimul timp mai multe discuţii tocmai pentru a susţine şi a lămuri în cadrul Institutului nostru pe specialiştii din alte secţii decît de design (dar din secţiile care au şi un profil industrial) că în accepţia generoasă, firească, care trebuie s-o aibă, noţiunea de design este armonizare implicînd o atitudine de stil a unui întreg ansamblu. Designul socotit doar pe un domeniu de activitate riscă să se îngusteze şi să se rupă de ceea ce trebuie să fie el ca strategie generală.
Această deschidere pe care Paul Caravia a accentuat-o în răspunsul său ne este foarte utilă nouă în Institut.

Ion Popa

Aş preciza că pentru etapa actuală înţelegem designul ca o activitate operativă, de modelare a obiectelor ce formează mediul nostru artificial. Este clar că ne referim în primul rînd la obiectele produse pe cale industrială, dar nu excludem obiectele care încă se manufacturează. Ca atare, deci, am putea să definim această activitate şi ca o restituire către societate a unor eforturi care astăzi se fac în domenii foarte diverse — mă refer în special la întreaga cercetare fundamentală şi la întreaga cercetare care vizează obţinerea unor materii prime, sisteme tehnologice, energetice şi aşa mai departe. Designul este integrat unui proces continuu, el nu este o activitate doar paralelă altor domenii de activitate şi acest lucru se pare că nu este totdeauna bine înţeles de partenerii noştri de colaborare; mă refer în special la inginerii care asigură cercetarea fundamentală pe care noi ne sprijinim propunerile noastre. Dacă acceptăm că designul este o activitate proiectivă, creatoare, o să observăm că de fiecare dată trebuie să reevaluăm absolut toţi factorii noi care apar în toate domeniile de activitate; noi lucrăm cu structuri, cu materiale, cu procese tehnologice într-o continuă dinamică.

Virgil Salvan

Aş dori să menţionez că dacă rămînem numai la nivelul proiectării ne confundăm cu proiectarea, ca în inginerie. Inginerul face ceea ce a învăţat în şcoală, el ştie normele pe care le aplică. Dacă rămînem numai la proiectare, la un lucru care se poate învăţa şi aplica întocmai, înseamnă că proiectul trebuie să rezolve totul.
Eu aş propune termenul de proiectare creativă, sau pur şi simplu de proces de creaţie, pentru că designul are un specific de creaţie artistică, în sensul că pentru o problemă eu nu am o singură soluţie aşa cum are un inginer pentru dimensionarea unei piese mecanice, ci o multitudine de soluţii, procesul de creaţie fiind pentru designer asemănător cu creaţia artistică. Aici există alternative. Dar momentul de creaţie e implicat în design pentru că designul are menirea de a realiza legătura între om şi produsul industrial sau, mai bine zis, între om şi tehnosfera pe care şi-o creează, prin procese industriale ca adaptare ergonomică sub toate aspectele.

Amelia Pavel

Dacă aş porni, nu de la o definiţie rigidă a designului, dar de la o delimitare « teritorială » a noţiunii, aş spune că designul este unul din aspectele raporturilor artă-viaţă, artă-societate, în punctul maximei lor concretizări — adică în legătură cu viaţa cotidiană a societăţii într-un moment istoric şi naţional dat. Din faptul că designul priveşte raporturile artă-viaţă, rezultă că problema integrării lui sociale n-ar trebui privită (cum se mai întîmplă) ca un act decizional, venit « din afară », putînd fi resimţit ca o imixtiune în viaţa personală, şi nici doar ca experienţa unei creaţii individuale, oricît de interesantă ar fi ea. Designul se naşte şi trăieşte din nişte realităţi ale vieţii cotidiene: loc de muncă, locuinţă, stradă etc. deci implică probleme care nu sînt numai probleme de cultură. În orice caz nu sînt, din punctul de vedere al societăţii care primeşte produsul de design. De pildă societatea este la fel de interesată ca un vagon de tren să aibă o înfăţişare modern-estetică dar şi ca acest vagon să aibă nişte trepte uşor accesibile, de asemenea, cetăţenii bucuroşi să-şi facă un concediu într-o casă de odihnă cu mobilier de formulă nouă, modernă, estetic stimulatoare, îşi pot pune şi problema dacă proiectarea pieselor le permite să se odihnească bine, confortabil, şi să nu fie obligaţi să stea pe paturile respective ca pe o masă de operaţie. Sînt aspecte care ţin de funcţionalitate; există însă şi altele care ţin de zone mai profunde ale raportului om-obiect. Devine deci pe de o parte important ca artistul designer să aibă în vedere această situaţie reală, care, cuprinzînd factori numeroşi, nu permite întotdeauna eradicarea totală a ceea ce am numi unele « promiscuităţi » ale vizualului modern şi obligă la examinarea şanselor

metamorfozabilului; iar pe de altă parte, ca societatea să înțeleagă dimensiunile spirituale, culturale ale activității designerului.

Istoria designului modern confirmă acest punct de vedere. După ce designul modern s-a născut ca un gest al avangărzii extatic-utopice, negatoare a valorilor tradiționale, chiar unii din reprezentanții acelei avangărzi au început, prin 1926—27, să-și reexamineze unele din punctele eroicelor lor programe. Două sînt mai importante pentru noi: 1) ideea că ineditul formelor (Bauhaus, De Stijl, neo-plasticism, constructivism) nu apar chiar din «nimic» și că intervin aici anumite determinări zonale; 2) ideea unei deosebiri de funcție și deci de condiții ale proiectării estetice între obiectul esențialmente caracteristic civilizației industriale — mașina de orice fel — și obiectul de viață cotidiană, cu cod genetic centenar sau milenar, care poate fi mai greu redus la granițele unui stil unic — stil tacit înțeles ca un descendent direct al Bauhaus-ului aseptic și imperativ estetic. Iată, dar, că încă de pe atunci acționau idei că există un pluralism stilistic al modernității, adevăr pe care cercetarea actuală, cu o amplă viziune retrospectivă, o confirmă pe deplin, după cum s-a putut vedea din marile expoziții de ansamblu, consacrate perioadei 1915—1930. Consecința acestei realități a istoriei a fost ivirea unei complicate probleme: nevoia de a lua în considerație, cînd prin disjuncție, cînd prin conjuncție, funcționalitatea practică și funcționalitatea estetică, în care intrau și valori etice, filosofice etc. Astfel, din categoria «frumos» trebuie să facă parte și categoria «comod»: problema nu se pune însă la fel pentru o lampă sau un telefon și pentru un autobuz sau un tractor. Apoi, categoria «utilului» nu trebuia nici ea absolutizată; își revendicau drepturi, în înseși teoriile puriștilor, categoria «jocului» și a «fanteziei». Asocierea preocupării pentru design cu astfel de griji pentru poezia lucrurilor poate să pară stranie, și totuși merită să fie luată în considerație, dacă vrem să lăsăm designerului și spațiul spiritual necesar unui educator și, uneori, terapeut.

Din momentul acestor mutații s-au întîmplat însă lucruri decisive, intuite de tinerii noștri designeri, dar care se cuvin astăzi reanalizate, în spiritul unor puncte de program:

a) s-a modificat fundamental conceptul de natură și, de aici, atitudinea noastră față de realitățile naturii. De la momentul avangărzii anilor '20, de pe vremea cînd Mondrian își exprima satisfacția că mașina încarnează, pe înțelesul tuturor, ideea anti-naturii (de unde și distanțarea pentru tot ce face parte, în sens larg, din natură, inclusiv determinantele ei geografice și, pînă la un punct, și naționale) ne aflăm astăzi la antipod, în fața unui maxim interes pentru realitățile imperative ale naturii.

Designerul dacă vrea să asigure integrarea veritabilă a creației lui, pe toate planurile, inclusiv cel al relației design-producție, nu poate să nu țină seamă de situațiile acestea, inclusiv cele «ecologice». De aceea problema raporturilor interdisciplinare la care se referă chestionarul dat de redacție mi se pare fundamentală atît pentru organizarea învățămîntului de design, cît și pe tot parcursul activității designerului. Numai pe o cunoaștere temeinică și de larg orizont a acestor aspecte care depășesc zona esteticului, dar sînt esențiale, se vor putea evita acele rezolvări de pseudo-design născute totuși din nevoi reale ale societății. Înțeleg prin pseudo-design de pildă diferitele false formule ale particularizării naționale prin mijloace strict exterioare; greșita sau superficiala înțelegere a ornamentalismului românesc scos din contextul adevăratei experiențe românești a conviețuirii cu «obiectul», cu «unealta». Producția noastră industrială este plină de asemenea confuzii și le cunoaștem cu toții.

b) S-a modificat și conceptul de noutate, și deci al raporturilor ei cu trecutul, cu istoria. Fuga de tradiție, de lucrurile așa-zise vechi a fost înlocuită — și surprinzător — chiar în materie de design, cu o imensă apetență pentru valorile trecutului. De la tacîm, farfurii și mobilier la îmbrăcăminte, moda (moda este o realitate cu semnificațiile ei), lucrurile vechi capătă un preț spiritual, sînt reluate ca o parcurgere a istoriei la domiciliul fiecăruia. Și aici se află un larg teren de studiu, cercetare și invenție pentru designerul de azi, pentru că și aici pseudo-designul își impune produsele. Toată acea producție «tip-stil» care, nu numai la noi de altfel, devine un soi de însemn al standing-ului social, alături de mașina personală, este o tristă deviere în problema unor nevoi reale, a nevoii de compensare psihologică-vizuală, dar și mai mult decît atît. Și, în sfîrșit, un ultim aspect, indicat și în chestionar: problema designului ambiental. Mi se pare că această problemă este esențială. De fapt orice act al designerului, pentru a fi cu valabilitate integrabil social, trebuie să fie un element al ambientului. Nu există obiect sau piesă în sine.

Toate relațiile mai sus schițate sînt dimensiuni ambientale; și dacă ne mulțumim să înțelegem prin ambient doar un anume spațiu vizual — să zicem o piață urbană, un grup de străzi, un parc, pe care designerul trebuie să se priceapă să le «umple», atunci riscăm să cădem și noi în alte forme de «ornamentalism». Din structurile civilizației urbane contemporane face parte în mod definitoriu ambientul auditiv: de la zgomotele străzii la cele ale domiciliului, cu fondul de sunete, muzică și vorbe care însoțesc existența noastră. Vizualitatea nu se poate desfășura în afara lor și fără legătură cu ele. Este o temă de meditat pentru designeri. La fel fac parte din ambient modurile noastre de comportament, în viața obișnuită sau la sărbători, modurile sociabilității noastre, ale atitudinii față de bucurii sau necazuri, față de boală și moarte, față de trecut și viitor.

Octavian Barbosa

Pentru că s-au pus anumite probleme în legătură cu proiectarea sau disciplina proiectivă, să ne gîndim la actul de proiecție spirituală pe care îl implică noțiunea de design. Acest act de proiecție spirituală care este comun tuturor înfăptuirilor umane în orice disciplină, implicat mai mult sau mai puțin evident. Orice demers uman presupune proiectare și orice proiectare este inseparabilă de noțiunea de modelare. Sînt doi poli: nu poți să proiectezi, nu poți să gîndești ceva fără să te gîndești la punctul final la care vei ajunge, care este de fapt modelarea spațiului, a mediului în care trăim.

Poate că în primul rînd trebuie subliniat că designul este un act de cultură și că, dacă el a apărut odată cu revoluția industrială, aceasta se explică mai ales prin anarhia formală pe care revoluția industrială a produs-o în ambianța omului; pe măsură ce această anarhie s-a manifestat, omul, ca entitate spirituală în lume, s-a simțit oripilat, ultragiat de o anume «absență» a demersului artistic. Trebuie să subliniem aici că, de fapt, designul s-a constituit ca o disciplină, integratoare aș zice, a multor altor discipline, ca o super-disciplină coordonatoare care nu se poate limita la tehnică, deși el a apărut în condițiile tehnicii și este o disciplină culturală specifică revoluției tehnico-științifice.

Designul nu poate separa proiectarea și modelarea din punct de vedere spiritual, pentru că dezvoltîndu-se în condițiile arătate el nu poate fi totuși «legat» numai de industrie, fără să lăsăm pe al doilea plan demersul artistic, cînd esențial este tocmai acest demers artistic, arta aplicată la industrie, remodelarea, restructurarea spațiului, a obiectelor. Toate accepțiunile date conceptului pînă acum îmi par timorate, speriate de extensiunea prea largă de cuprindere a fenomenului, de neputința de a stăpîni multitudinea de domenii care se interferează.

Esențialmente trebuie afirmat climatul spiritualității în acțiunea de design și de aici pornind să se găsească căile specifice de aplicabilitate, cum se aplică demersul, cum se aplică proiectarea spiritual umană în domeniul industrial, al mediului, arhitectural ș.a.m.d. Designul este o expansiune a artei care își asumă responsabilități ale tehnicii ca și instrumentarul pe care tehnica i-l pune la îndemînă.

Anton Dâmboianu

Am înțeles că vorbim din interiorul designului și că să influențăm decizia. Dacă de pe poziția aceasta vorbim, atunci cred că sînt foarte puține speranțe de a mișca statu quo-ul în care ne aflăm, foarte lasciv, molatec cu astfel de definiții frumoase, pitorești dar cu care, din punct de vedere operațional social, nu cred că schimbăm prea multe lucruri. Nu sînt greșite dar au păcatul că nu fac pe nimeni să înțeleagă ce este designul.

De exemplu, definiția colegului Caravia, care pune accentul pe inovația produselor din cadrul ambiental. Fără discuție că enunțul pare adevărat, dar sfera este așa de largă încît include și inovația zootehnică, care nu este design. Iar celelalte tipuri de a vorbi de designer, termenul «act de cultură» cuprinde mult adevăr dar care nu ne lămurește aproape nimic. Este definiția disjunctă prin care nu aflăm ce este design. Că este proiectare, că e disciplină coordonatoare, toate aceste enunțuri care conțin carate de aur de adevăr nu au nici o influență asupra designului. Avem nevoie de definiții «acid sulfuric» care să pună pe gînduri și să neliniștească pe cei care le citesc. Trebuie spus ceva mai puternic, mai penetrant, mai esențial despre ceea ce este fenomenul de design. Altfel ne plimbăm în jurul realității cu definiții disjunctive.

Vasile Drăguț

Noi am așezat expoziția de la Dalles a Institutului sub denumirea «Artă-industrie-ambient» în intenția de a evita posibilele acuze că pledăm pentru design ca producție în sine, cu caracter exclusiv cultural. Știm că designul este o disciplină cu foarte puternice implicații de ordin cultural, dar pentru a cîștiga o primă bătălie am vrut să orientăm deschis designul către rosturile lui economice. Pentru că la urma urmelor o economie bine gîndită, bine organizată și bine desfășurată conduce la cultură. Nu există o economie de bună factură care să nu implice în cele din urmă și în mod plenar cultură. Deci nu văd între cele două noțiuni o stare de antinomie decît atunci cînd una sau alta într-un fel sau altul s-a degradat. Or, aici sîntem în situația de a restabili relația necesar armonică dintre cultură și artă, dintre creația artistică și produsul de utilitate curentă, produsul de utilitate curentă trebuind să aibă și el un caracter cultural. Nu ne este indiferent dacă un obiect are o valoare artistică, cînd obiectul acela în mod obișnuit își indeplinește și funcția lui utilitară; dacă mă satisface și din punct de vedere estetic, el este obiectul ideal, și noi socotim că tocmai din acest punct de vedere nu trebuie să se supere pe design, deopotrivă, nici oamenii din domeniul tehnicii, nici cei din domeniul culturii, al artelor. În fond designul realizează o sudură între toate disciplinele, elementul de amprizǎ în momentul de față fiind rolul lui funcțional-social-economic în realitatea contemporană.

Virgil Salvan

Dacă vrem să avem un cîștig de cauză, cred că va trebui să punem temeinic problema implicării concepției de design în calitatea produsului. Problema calității o regăsiți în Directivele Congresului, în discursuri, dar aportul calitativ, prin design, la ridicarea nivelului produselor este totuși încă deficitară.

Sînt de acord cu tovarășul rector că aici este o problemă în primul rînd economică. Atunci cînd se cere productivitate și economie de materii prime, de energie, de manoperă, faptul că din același material, cu același efort, cu aceeași energie facem un lucru cu o utilitate socială mai mare sau mai mică, este o problemă economică fundamentală. Modelînd felul nostru de a trăi, aspectul cultural va veni implicit. Ca să avem la ora actuală cîștig de cauză trebuie să înțelegem bine momentul economic. În situațiile în care produsele primesc încă mențiunea «calitativ este bun, nu-mi convine ca design», cel ce lucrează în industrie se întreabă pe drept cuvînt ce este acela design și vrea să știe ce vrea partenerul extern atunci cînd reclamă designul, considerîndu-l condiție economică necesară a produsului.

Paul Caravia

În comerțul internațional dacă te înscrii pe parametrul economic respectiv ești «viabil», dacă nu te înscrii nu ești competitiv și riști să fii eliminat.

Octavian Barbosa

Aceasta întrucît cultura are și o anumită eficacitate fundamental economică și aceasta trebuie să demonstrăm.

Napoleon Zamfir

M-aș opri nu atît la momentul definiției cît — foarte sumar — la cel al structurării procesului, reflectînd însăși necesitatea disciplinei. Vreau să subliniez faptul că designul este nu numai rezultatul unor relații utile societății, cerute de ea, ci și o expresie a caracterului relațional complex, specific acestei societăți. El este răspunsul

pe care creatorul de obiecte și procese utile îl dă unei nevoi sociale de ordine și raționalitate, nevoie mai mare ca oricînd astăzi într-o epocă de civilizație industrială dezvoltată, designul fiind — altfel spus — un mod de încorporare artistică și utilitară a socialului în lucrurile universului nostru cotidian.
Există deci cîmpul relațional al condițiilor și cerințelor sociale, produsul de design ca răspuns optim la solicitările acestui «cîmp», consecințele bune sau rele ale acțiunii produsului (așa-zisa «viață» a lui integrată societății), în sfîrșit există verdictul societății care valorifică și sancționează realizarea. În acest circuit larg al producției solicitate de societate și dată acesteia, designerul, prin soluțiile pe care le propune, mediază — într-o accepție importantă a menirii lui — raporturile individului cu lumea, el este un factor de armonizare, de echilibru social. De subliniat poate preocuparea necesară a designerului pentru aspectele de unitate ale proceselor în care intervine, pentru abordarea coerentă, profund organică a tuturor laturilor problemei sale privind: exigențele funcționale și estetice, de formă, culoare, signaletică, de literă a inscripțiilor, ca și condițiile ambientale de existență a obiectelor etc. Produsul de design trebuie să fie nu numai plăcut și practic, să-și servească bine scopul, dar trebuie să dea expresie adecvată însăși «personalității» funcției lui. Nevoia socială de design este de altfel un rezultat al însăși evoluției societății moderne, al industrializării moderne. Apariția și dezvoltarea industriei moderne a răsturnat vechea autoritate a breslei, a meșteșugarului și a sistemului meșteșugăresc-artizanal de lucru. Noul mod de producție cu complexitatea lui a creat necesitatea unui alt tip de creator de bunuri, responsabil de caracteristicile funcționale și artistice ale produsului, de implicațiile lui ambientale, de întreaga lui capacitate de a se integra în ansamblul vieții economice și sociale și acest tip de creator interdisciplinar sau pluridisciplinar este designerul.
El este de fapt exponentul unui produs calitativ modificat, mult diversificat, răspunzînd unor noi necesități sociale; competența lui se extinde cu mult dincolo de ciclul efectiv al producției, dincolo de zidurile fabricii, în urmărirea felului cum lucrurile proiectate de el își îndeplinesc «programul» lor funcțional și estetic, în organizarea relațiilor producătorului cu beneficiarii, în raționalizarea și ameliorarea spațiului urban, a aspectului străzii, a tipăriturilor etc., etc. La noi, țară pînă acum cîteva decenii slab industrializată, a cărei industrie a cunoscut după 23 August 1944 un mare avînt cu un ritm de creștere extrem de rapid, necesitatea designului și a designerului este cu atît mai stringentă. Din păcate, nu în toate sectoarele economiei noastre este bine înțeleasă importanța designului în etapa actuală (aș spune chiar că problema asta a designului și a necesității formării de cadre de înaltă specializare, în acest domeniu, este prea des neglijată sau tratată cu superficialitate). Nu este înțeles încă destul de bine faptul că de design în însemnată măsură depinde modernitatea superioară, practică și artistică, a produselor noastre, deci calitatea lor și în ultimă instanță dezvoltarea calitativă a civilizației noastre materiale de azi, sporita competitivitate a produselor românești în lume.
Nu este de asemenea niciodată destul de subliniat excepționalul rol educativ al designului ca și faptul că și astăzi, în condițiile producției industrializate, el trebuie să fie exponentul unor mari tradiții populare și purtătorul unei «amprente» naționale, al unor permanențe de spirit care ne definesc ca ființă și popor.

Paul Caravia

În orice caz, *propensiunea designului înseamnă, pentru noi, formarea și promovarea neîntîrziată a unei concepții proprii, românești, asupra creației și proiectării formelor ambientale industriale pătrunse de valorile stilistice ale culturii noastre tradiționale și moderne.*
Designul are de rezolvat indiscutabil probleme de ordin *teoretic*, care privesc o mai clară și riguroasă construcție științifică a principiilor și metodologiilor. În această privință cred că nu trebuie să se piardă din vedere *caracterul interdisciplinar și transdisciplinar al structurii sale teoretice și evident al practicilor sale.*
Ar fi necesar și urgent, după mine, să clarificăm niște raporturi esențiale în domeniul designului și anume:
a) cele care ar trebui să se stabilească între *cercetare* și activitatea practică de inovare a produselor pe care o numim azi *creație*;
b) integrarea componentelor funcționale, tehnologice, estetice și economico-sociale în proiectarea formelor noi.
Încep cu *conceptul de formă* în domeniul obiectelor industrializate, fie ele produse sau ambientări. Conceptul nu trebuie redescoperit, ci înțeles. În epistemologia modernă există suficiente sugestii extrem de fructuoase pentru teoria designului. Oricum, conceptul de formă integrează, fără echivoc, *elementele* dar și *interacțiunile* lor; integrarea se face după regulile *configurărilor morfo-funcționale* în cazul produselor simple și după regulile *sistemice* în cazul celor complexe.
Nu este mai puțin adevărat că inovarea formelor produsului industrial presupune integrarea *anumitor* procese tehnologice cu *anumite* demersuri estetice (cele experimentale) și cu *anumite* corespondențe economico-sociale. Or, teoria designului, ca *interdisciplină*, cercetează și aplică aceste reguli de integrare în conceperea formelor specifice inovării produselor (de inovarea tehnologică se ocupă disciplinele tehnice). În acest cadru conceptual și desigur de operaționalizare totodată, *factorul uman*, prin componente precum: trebuințele și comportamentele individuale și sociale, satisfacția și insatisfacția, prestigiul produselor, nevoia de stil, reproducerea și identitatea cerințelor și a gusturilor, formarea aspirațiilor, manipularea vizuală și informația obiectelor etc. dobîndește un loc unanim recunoscut azi. Și cu atît mai mult trebuie să stea în atenția designului românesc, socialist, pentru a-i defini specificul.
Un prim pas trebuie, cred, făcut în direcția *recunoașterii profesiunii de designer* și *specializarea* acestora în forme de învățămînt mediu și universitar *bine structurate* și pe principalele domenii mari de *produse*, de *comunicări vizuale* și de *ambientări* (arhitectural-urbane). S-a discutat mult și există deja o experiență acumulată care nu este pe deplin valorificată. Trebuie să se pună capăt migrației cadrelor dintr-un domeniu în altul prin improvizări.
Un al doilea pas este acela privind structurile organizatorice în practica designului, unde se fac ciudate disocieri între cercetare, proiectare și creație. În realitate nu se poate vorbi clar decît de două activități esențiale care dictează și structura instituțională a unităților de realizare în design și anume:
a) cercetarea
b) executarea proiectării inovative în domeniul formelor produselor industrializate (spun proiectare inovativă pentru a sublinia necesitatea de a o diferenția de *proiectarea de rutină* destinată întreținerii producției într-o întreprindere și care este mai mult legată de proiectarea SDV-urilor).
Cercetarea propriu-zisă care ar avea de atins un obiectiv principal, și anume elaborarea și experimentarea unor autentice «*gramatici generative*» pentru *crearea* continuă a formelor optime, deci acei algoritmi ai euristicii formelor de produs.
Execuția înseamnă efectuarea propriu-zisă a proiectării formelor de produs și ambientale.
În sfîrșit, *designul în acțiune* mai presupune și o reevaluare neîntîrziată a relației, creație — producție — comercializare în sensul asigurării unui grad mult mai mare de mobilitate în toate cele 3 verigi, astfel încît drumul de la idee la produsul de serie să fie mai puțin accidentat decît în prezent. De altfel, mobilitatea structurilor de producție și de comercializare sînt imperative izvorîte din actualele condiționări economice și tehnice, designul urmînd să participe și să valorifice aceste schimbări, el însuși fiind sub incidența acelorași determinări.

Vasile Celmare

La ora actuală, noi facem ceea ce făceau bizantinii cînd otomanii se aflau la porțile Bizanțului și ei discutau despre sexul îngerilor. Situația în care ne aflăm, cere, cred eu, nu discuții de tip filologic, ci discuții care să servească intereselor noastre. Să mă scuze colegii designeri, eu nu sînt designer, dar mi s-a părut că este bine să precizăm lucrul acesta: în fond, cel care se ocupă de domeniul sau de meseria aceasta, acționează asupra a ce? Ce anume vrea să realizeze el pentru societate și pe ce zonă, restrînsă sau mai largă?
Acesta este primul lucru care trebuie să-l precizăm: cui servește ceea ce face designerul în domeniul produselor industriei, în domeniul comerțului?

Ion Bitzan

Noi cei care practicăm designul știm că este vorba întîi de funcționalitate, al doilea — de economie, și al treilea — de frumos, de forme estetice.
Design — Prin «design» definim intervenția omului asupra naturii, mediului înconjurător, cu scopul optimizării relației «om-mediu» dar și inițierea schimbării lucrurilor create de om.
Designerul e un specialist complex implicat în acțiunea de proiectare, acțiune controlată rațional dar și nerațional (prin talent, personalitate etc.). Specialiștii de design trebuie să prevadă comportarea și răspunsul la fiecare etapă a vieții produsului proiectat, aceasta realizîndu-se cu ajutorul unor modele (mentale sau reale) care permit extrapolarea proiectelor existente, propuse în condițiile din viitor.
Complexitatea designerului constă în găsirea de soluții și adaptarea rapidă la schimbările intervenite la etapele de pe parcursul fazelor, etapele vieții produsului. (Etape legate de materiale, de proiectare, de difuzare, de desfacere, de performanțe, de sistemul din care face parte produsul, de evoluția în perspectivă a produsului.) Deci complexitatea specialistului de design constă în instabilitatea problemei și continua ei mișcare — la care trebuie să dea răspuns.
Sarcina designerului este și aceea de a asigura la fiecare din elementele vieții produsului restricții privind pe de o parte înscrierea în capacitatea producătorilor, distribuitorilor etc. În fiecare stadiu al vieții produsului precum și faptul că produsul trebuie să fie compatibil cu ceea ce îl precede și cu ceea ce îl urmează.
Caracteristica designerului este marea capacitate de a realiza o interdependență puternică între etapele vieții produsului evitînd incompatibilitatea între o etapă și alta prin înlocuirea permanentă a obiectelor depășite cu altele noi, de actualitate.
Designul fiind o activitate de îmbinare a mai multor discipline are totodată și *originalitate* și *specificitate* prin faptul că specialiștii în design tratează ca reale lucrări care nu există decît într-un viitor imaginat dar în același timp au în vedere și mijloacele prin care un lucru prevăzut, imaginat, creat, poate fi făcut să existe fizic.
Specificitatea specialistului în design, a designerului constă și în faptul că operează cu instrumentele:
— științei în manipularea simbolurilor abstracte pentru a găsi o soluție optimă în observarea rezultatelor unui experiment;
— artei în alegerea unei alternative dintr-un număr de variante, în căutarea unui tipar nou și compatibil pe care își bazează deciziile, în darea de răspunsuri privitoare la forma produsului studiat.

Amelia Pavel

Trecerea la problemele de conținut ar ajuta poate definirea.

Vasile Drăguț

Intr-adevăr. Avem în vedere modul în care designul se integrează în societate ca modalitate originală reprezentativă. Avem în vedere rolul coordonator pe care designul poate să-l aibă în legătură cu diverse activități, relația dintre design și producție, raporturile interdisciplinare. Odată amorsată însă această discuție, ne apare evidentă dificultatea prinderii acestei discipline într-o definiție foarte precisă. Să vedem în continuare de ce o asemenea disciplină extrem de greu de prins într-o definiție este atît de importantă pentru o societate, pentru economia ei, pentru cultura și viața ei artistică, pentru învățămîntul artistic.

Octavian Barbosa

Designul e o disciplină integratoare, coordonatoare, ținînd de o metodologie aparte. Din punctul de vedere al inginerului, el este artă și-l deranjează; din punctul de vedere al artistului el poate să pară tehnică și iarăși deranjează, pentru că nu a fost înțeles punctul de corelație. Dar sînt o multitudine de discipline pe care designerul este chemat

să le coordoneze: psihologia, sociologia etc. Un designer e un creator care gîndește forma, care proiectează ținînd seama de public ca și de locul unde această formă va fi dată.

Vasile Drăguț

Dacă stăruim pe termen, atunci să procedăm lexicografic.
Dacă scriem în dicționar « design », atunci trebuie să precizăm cu 1, 2, 3 și așa mai departe, funcție de necesitate. Or, la punctul 1, eu personal aș trece concepția despre ansamblul produselor într-un cadru dat funcție de tehnologiile existente și de gustul de epocă. Adică designul în mare este noțiunea care le implică pe toate și este, înainte de toate, o concepție despre logica lucrurilor. Poziția 2 se referă la designul aplicat ca disciplină, ca profesionalitate. Dacă la prima categorie trebuie să se implice absolut toți creatorii din indiferent ce domeniu (ei trebuie să aibă conștiința acestor ansambluri și fie că este vorba de pictor, grafician, inginer etc., trebuie să-și ordoneze activitatea funcție de designul — concepție), designul — aplicat rezolvă problemele în spiritul definiției date, dar intervenind prin designerul profesionist (de specialitate) funcție de direcția efectivă în care lucrează. Una este designerul de ambalaj, care urmărește o anumită categorie de probleme, alteceva designerul de produse industriale și alta designerul care creează alte bunuri destinate industriei ușoare.
Deci iată că din acest punct de vedere cred că primul lucru pentru care noi trebuie să militām, spre clarificarea noastră a tuturor, este distincția de operat între design — concepție și design — activitate aplicată. Necesitatea acestei distincții este nu numai de ordin lexicografic, dar una și de ordin metodologic. Pentru că dacă vom spune că designul în ansamblul lui este o concepție integratoare și ordonatoare, toată lumea o să explodeze: « designerul mă coordonează pe mine?!». Nu, fiecare trebuie să se coordoneze, dar înțelegînd bine ce este designul și funcția lui ordonatoare. În momentul cînd la nivelul profesionalității există o disciplină integratoare care beneficiază de tot ceea ce îi este necesar din ansamblul altor discipline, ca psihologia, ergonomia etc., va trebui să facem între lucruri distincții clare din punct de vedere metodologic și din punct de vedere tactic. Făcînd aceste distincții de la design — concepție la design — profesiune vom ajunge și la o definiție clară a designului.

Ion Popa

Designul nu este o modă, aceea de a face design, și eu nu l-aș lega neapărat de revoluția industrială; întreaga istorie a omenirii cunoaște efortul, activitatea de a stăpîni obiectele de care are nevoie omul, pe care singur le-a creat și singur le modifică. Cristopher Alexander spunea că designul este orice intenție de schimbare, și el se referea la întreaga lume materială, el se gîndea și la zootehnie. Deci orice intenție de schimbare. De multe ori ajungem ca obiectele produse să nu fie neapărat frumoase, sau chiar să dispară, și să fie înlocuite de alte obiecte. Funcția de care aveam nevoie și care era concretizată într-un obiect X, prin restudierea obiectului ca atare ajunge să se disperseze în alte obiecte și să dispară. Aceasta înseamnă progres pentru om, ușurare de efort, simplificarea modelului, înseamnă mai puțin impact vizual și multe altele.

Vasile Drăguț

Acesta este un lucru pe care trebuie să-l punctăm. Să nu se confunde funcționalismul autentic cu funcționalismul imediat, pentru că, din păcate, « merge mașina » poate să însemne că ea funcționează. Or, asta nu înseamnă în realitate că funcționează cum trebuie.

Decebal Scriba

De obicei efortul designerului vine să se articuleze la ultima verigă a lanțului decizional. Mult prea tîrziu și neavînd nici o putere de a relua înapoi fluxul. În ultimă instanță nu se mai poate face nimic concret. Poate că singura soluție realistă este o politică de design.
Pe de altă parte, există acea seducătoare idee a gramaticilor generative. Este într-adevăr minunat, este o idee foarte frumoasă, însă ea incumbă pentru momentul în care sîntem un mult prea mare cuantum estetic. Noi sîntem acum în majoritate oameni care activăm în cîmpul esteticului și nu ar trebui să uităm că aceasta ne face să fim insuficient de obiectivi. Accentuarea ponderii esteticului în design nu face decît să mărească capacitatea conflictului cu problemele tehnocrației, cu problemele tehnologice. Cunosc cazuri aproape ridicole de ingineri care s-au apucat cu multă bunăvoință să studieze tomuri întregi, încercînd să cuantifice calitățile estetice ale unui produs, simțindu-se descumpăniți dar în același timp reacționînd cu vehemență la infiltrarea unui criteriu necuantificat. Există semnele modificării în esența a relației om-univers. Designul este un semnal, alături de multe altele, al unui fel de a gîndi mediul în totalitatea lui și integrînd omul, o modalitate extrem de responsabilă și mai ales productivă. Dificultatea sistemelor constă în aceea că de obicei încearcă să ia decizii valorificînd date despre fapte revolute. Aceasta rămîne întotdeauna o deficiență.

Vasile Drăguț

Eu vreau să profit puțin de faptul că, gazdă fiind, conduc discuția, pentru a tempera puțin spaima de frumos și aceasta poate pentru că sîntem în definitiv într-un institut de arte plastice sau într-o academie de arte frumoase. Opoziția funcțional-estetic este o falsă opoziție care a fost creată de aceia care nu au înțeles în ce măsură, în mod normal, un obiect trebuie să cumuleze cele două calități. Îmi notasem cîndva că o posibilă definiție care ar putea fi dată designului ar fi aceasta: Designul este conștiința de sine a raportului armonic necesar dintre funcțional și estetic. Este tulburătoare pentru lumea nespecialiștilor apariția acestei noțiuni acum. De unde a răsărit oare designul? De fapt designul există dintotdeauna ca raport armonic dintre funcțional și estetic. Atîta doar că pînă în epoca noastră oamenii nu au avut conștiința efectivă a acestui raport și mai ales a necesității lui. Din momentul în care producția de serie ca producție industrială a condus la efecte de rupere dintre funcțional și estetic, atunci a apărut și necesitatea refacerii acestui raport de armonie.
Am adus un urcior de Tîrgu Jiu, care din punct de vedere funcțional este într-adevăr extraordinar. Nu numai că încape în el cantitatea de apă necesară, dar pentru că este făcut dintr-o argilă poroasă — transpiră și păstrează apa rece chiar vara. Dincolo de aceasta e foarte ușor. Nu mai vorbesc de linia aceasta foarte frumoasă, iar ornamentul nu face decît să contribuie la sublinierea acestui volum rotund de o mare frumusețe. Creatorul respectiv era deopotrivă practicianul dar și gînditorul formei create de el și așa s-a întîmplat vreme îndelungată. El nu se gîndea deloc la design, habar n-avea de design, dar concepția de design îi era implicată ca să spun așa în mod nativ.
Noi nu introducem în spațiul social o cerință nouă, ci vrem tocmai să afirmăm utilitatea acestei cerințe fundamentale pentru orice activitate umană. « Extravaganța » tezei frumosului în momentul de față este doar una de ordin tactic. Dacă vom vorbi despre design aducînd în primplanul atenției problemele frumosului, ale esteticului, pierdem bătălia, pentru că sînt mulți care confundă frumosul cu luxul. Frumosul, esteticul nu sînt calități de lux, sînt valori esențiale pentru fiecare existență umană. În Muzeul Satului, de pildă, fiecare sculă este învestită și cu atributele esteticului. Este și funcțională dar și foarte frumoasă, expresivă, estetică.
Nu trebuie deci să neglijăm în nici un caz frumosul și să-l considerăm extravagant. Dacă pledăm pentru funcțional și pentru ambient sistemic, implicăm frumosul, pledăm implicit pentru frumos. A fost enunțată ideea că ar trebui să facem și puțină arheologie, să recuperăm și dimensiunile istorice ale problemei; ușor putem demonstra că în toate epocile de vîrf din punctul de vedere al producției și al artei, omenirea a creat înainte de toate un stil reprezentativ epocii. Sigur că cel care făcea sticlărie de Veneția nu era designer și nu se gîndea la relația produsului său cu mobilierul, mătăsurile, sau argintăria. Dar în cadrul unui consens firesc toate acestea se asociau într-un ansamblu, într-un sistem și într-un stil al epocii.
În condițiile societății contemporane cînd creatorul nu mai dispune de tipul tradițional de formare, cel care poate să garanteze stilul de epocă este designerul. Fără designer vom asista în permanență la experiențe individuale. Intrați în expoziții cu vînzare și veți vedea că produsele nu rimează decît foarte rar două între ele. Pînă cînd nu va interveni designerul cu o concepție de integrare și de ordonare practică, oricît vom vorbi de stilul epocii noastre el nu va exista decît cel mult prin confuzie.

Paul Caravia

Putem propune ideea că designul este condiția stilistică a mediului tehnic.

Decebal Scriba

Frumosul e un rezultat firesc care nu trebuie să lipsească. Urciorul adus în discuție este un exemplu frumos și bun pentru ceea ce ați vrut să demonstrați, doar că eu cred că trebuie făcute cîteva precizări, și anume: obiectul pe care l-ați arătat este manufacturat. El este rezultanta unei experiențe pe o durată de timp enormă. El a fost reținut și perpetuat în timp, în primul rînd nu datorită calităților lui estetice, ci datorită faptului că nu putem renunța la el. Este condiția simplu exprimată a unui bun design. Un obiect design este unul la care nu poți renunța. Din conviețuirea de sute de ani a omului simplu cu obiectul prezentat a rezultat o umanizare, o încălzire a acestuia. Este o teorie enunțată la Congresul I.C.S.I.M. de la Kyoto și care spune că obiectul cîștigă prin conviețuirea cu generațiile, el capătă în felul acesta valoare și se integrează cultural.
În afară de toate lucrurile acestea, problema care ar mai fi de precizat este că noi nu trebuie să luăm decizii într-o perioadă de timp extrem de scurtă, decizii foarte responsabile, pentru că consecințele lor sînt foarte răspîndite și unele dintre ele practic irecuperabile. La aceasta mă refeream.

Mihai Panduru

Designul este o tehnologie specifică de proiectare. Nu este nici « panaceul universal » care rezolvă inefabil și exhaustiv toate problemele ridicate de producția industrială a celui mai mărunt obiect sau a celor mai complexe sisteme create de civilizația contemporană, dar nici un mod de visare, ori teorie vagă, « interdisciplinară », între știință și artă. Designul nu este artă, și nici știință, încă. Spun « încă » pentru că el este abia în curs de elaborare, necristalizat într-o formă unitară și definitivă, ceea ce și favorizează speculațiile meta-teoretice ale multor amatori de design.
Designul depășește prin complexitate, responsabilitate, domeniu, sarcini, scop, funcții, ceea ce numim « artă », dar nici nu atinge rigoarea, claritatea și universalitatea științei. Devenirea designului contemporan înregistrează însă cursul spre obiectivizare, spre găsirea de metode și tehnici eficiente, operative, dar în același timp flexibile și elastice, adaptabile diverselor teme. Designul nu poate fi subordonat bunului plac al fanteziei creatoare, gratuite, artistice, gustului unipersonal sau impersonal, modei. El este o cale de proiectare bine făcută, pentru produse industriale funcționale, utile ergonomice și estetice. Pentru satisfacerea acestor cerințe este necesară lărgirea conceptului tradițional de proiectare, depășirea sensului îngust de execuție efectivă a proiectului tehnic. Noua tehnologie de proiectare cuprinde întregul cîmp problematic de la depistarea și stabilirea necesităților și cerințelor de utilizare sau consum pînă la satisfacerea lor cu produse industriale corespunzătoare scopului.
În acest sens putem vorbi de interdisciplinaritatea designului, ca metodologie de acțiune în asamblarea și articularea diverselor discipline, particulare pentru atingerea scopului propus, și nu de suprapunere, întrepătrundere, împrumut și amestec între marketing, inginerie și ergonomie, economie industrială, arhitectură, artă, matematică, sociologie, psihologie etc. Numai printr-o bună coordonare a acestor discipline se poate concepe un produs în multitudinea implicațiilor sale, se poate face o proiectare integrală a sa, pentru satisfacerea tuturor necesităților de utilizare.
Cred că discuția despre definirea designului trebuie să cedeze locul celei despre ce putem face pentru designerul de acum. Aș întreba:

oare economia noastră are nevoie de design sau nu?

Cît timp sistemul nostru de avizare mai tolerează producția de obiecte inutile, eu nu sînt atît de convins că toți factorii resimt cu luciditate această nevoie.

Constantin Marinescu

Foarte adevărat ce s-a spus despre urcior, că poate trăi ca obiect valabil doar prin contactul în timp cu o colectivitate. Dacă ne întrebăm cum s-a transformat acest obiect am avea în față un termos. Sigur că acest minunat lucru funcțional, în primul rînd, nu a fost produs de-a lungul timpului în baza unor acte normative, în baza unui sistem tehnologic dirijat, ci în baza unor eficiențe economice impuse. El a reușit să trăiască, autorul lui a fost întîi și gînditorul și utilizatorul lui. După aceea a început să producă mai multe și să vîndă. Mai tîrziu, foarte aproape de zilele noastre, acele ateliere, în care le producea și vindea, au fost transformate în ateliere semiindustriale, iar după aceea industriale. Dacă ne întrebăm ce face astăzi un astfel de atelier vom vedea că face cu totul altceva. Acel atelier care făcea ceramică industrială a fost transformat de contactul cu alte materiale — materialele plastice.
Avem creatori în industrie care și-ar spune punctul de vedere în felul următor: industria ține totdeauna cont de prezența noastră. Practic sîntem două tabere — noi, designerii, și lumea industrială. S-ar crede că cei din industrie nu-și dau seama de necesitatea noastră. Dar ei își dau seama foarte bine. Știu foarte bine și care ar fi eficiența activității pe care am putea-o presta în cadrul industriei, știu și ce putem face. Factorii de decizie — o să vi se pară ciudat — știu că au nevoie de noi. În foarte multe cazuri îți dau impresia că te-au înțeles, te lasă chiar să mergi pînă la un anumit nivel.
Nu ducem lipsă de idei în cadrul activității industriale, idei de proiectare, de corectare din punctul de vedere al designului, ci ducem adeseori lipsă de înțelegere a acestor idei. Există circa 130 de absolvenți care au pătruns în foarte multe sectoare industriale, au fost înainte ceramiști, sticlari, textiliști foarte mulți. Deci, practic, pentru industrie nu a fost o problemă cu totul nouă apariția primului designer cu studii superioare. Dar ceea ce au putut să facă cei dinaintea noastră este foarte puțin. Industria își dă seama că are nevoie de noi dar nu poate facilita intervenția noastră. În momentul cînd vii cu un produs mult mai elaborat decît produsul vechi, satisfăcător din toate punctele de vedere, funcțional, estetic, și al cărui preț este ceva mai mic decît prețul vechiului produs, normal ar fi ca toată lumea să aplaude și să-l introducă în fabricația de serie. Nu este așa. Cînd îl scoți pe piață, noul produs ar trebui să înlăture vechiul produs, mai puțin economic și mai puțin eficace, dar vechiul produs nu poate muri pentru că este fabricat de 20 de întreprinderi. Cînd o întreprindere l-ar scoate cu un preț mai ieftin ar însemna să-l vîndă în defavoarea celorlalte nouăsprezece producători.

Vasile Celmare

Să ne propunem — nu numai acum în adunarea aceasta — ceea ce sugera tov. Scriba: o politică de design, o politică de design de lungă durată, dar și de intervenție operativă imediată. Operativitate imediată, pentru ca să asigurăm cît mai curînd tinerilor designeri care ies din școală și profesiei lor un statut juridic. Nu afirmăm că absolut toți cei ce ies din școală se vor integra perfect, pentru că aici este vorba de calitatea individului manifestată pe parcursul unei vieți. Al doilea lucru: să procedăm ca niște designeri. Sînt de acord că un material bogat, cu probleme de perspectivă, poate și trebuie să fie trimis factorilor de decizie, dar dacă vom fi întrebați: pe această perioadă scurtă de cînd ați început să lucrați, ce ați făcut? Ce vom răspunde? O expoziție ca cea a Institutului, cu rezultate foarte bune, poate constitui, fie doar parțial, un răspuns.
Întotdeauna este de apreciat, dacă te descurci în condiții grele, sau numai cînd ți se pune totul la dispoziție. Cred că trebuie să fim optimiști pentru viitor dar și foarte încăpățînați pe ceea ce vrem să demonstrăm și să realizăm.

Ion Popa

Trebuie să realizăm ceva exemplar, care să ne dea autoritate atunci cînd facem anumite afirmații, cînd cerem drepturi. Este desigur nevoie de o politică mare de design, care să integreze în ansamblul societății românești și al economiei românești această activitate. Dar este nevoie și de politica pașilor mărunți, de insinuarea designului pe diferite canale, ceea ce de fapt înseamnă pătrunderea în masă a conceptului.

Alexandru Ghilduș

Designerul e un practician cu propriul său cîmp de acțiune și totodată el este o persoană calificată prin *pregătire, cunoștințe tehnice*, experiență și sensibilitate vizuală și artistică să determine alegerea soluțiilor optime de rezolvare a situațiilor studiate. Direcțiile în care acționează designerul sînt cele legate de realizarea unei unități complete OM-MAȘINĂ, de conferirea calităților funcționale, ergonomice, estetice, de creșterea productivității muncii, economisirea de material, organizarea rațională a procesului de fabricație, sensibilizarea și ridicarea gradului de cultură, direcții care presupun desigur o pregătire de specialitate într-un cadru organizat. Designerul industrial, acel mediator între produs și utilizator participă la procesul de concepție, își vizualizează prin desene și machete rezultatele și urmărește apoi producția de serie. Într-o abordare analitică a problemei, el pornește de la definirea temei de cercetare pentru a-i stabili obiectul, unele limite ale demersului său. Trecînd apoi la studiul cerințelor utilizatorului și ajungînd la stabilirea unor măsuri ale eficienței produsului, el efectuează o analiză funcțională care permite evidențierea relației OM-OBIECT și realizarea unei evaluări a restricțiilor ținînd cont de uzura fizică și de perspectivele obiectului de a-și menține utilitatea. În final, designerul prezintă situația adoptată arătînd, prin desene și machete, performanțele obținute, după care se trece la producția de serie și la promovarea obiectului pe piață prin realizarea prospectului de prezentare, a reclamei, a catalogului de produse. După părerea mea este vorba în fond de activitatea unui grup organizat. Există uneori o oarecare animozitate a noastră față de ingineri și a inginerului față de noi, tocmai datorită atitudinii adoptate pînă acum. Vrem să demonstrăm că noi, designerii, facem ceva. Dar nu noi facem, grupul face. Eu, designer, nu pot să fac nimic singur. La întreprindere colaborez cu ingineri tehnologi, cu chimiști, cu ergonomiști, cu sociologi. De fapt aceasta trebuie să fac: să colaborez. Trebuie să lucrăm cu inginerii și să-i facem și pe ei să înțeleagă necesitatea și avantajele colaborării. Aceasta presupune o schimbare de atitudine.
Învățămîntul de design trebuie — cred eu — să-și creeze o bază de pornire și aceasta se poate forma începînd cu școlile generale, continuînd cu liceele de diferite specialități ca și cu liceele cu profil special de design pe ramuri. Aceasta înseamnă să se realizeze un sistem complex de învățămînt de specialitate care ar duce la formarea unei noi optici asupra lumii formelor. În ce privește forma actuală de învățămînt superior de design din cadrul institutelor de arte plastice, trebuie să se creeze un program de studiu care să se întindă pe o perioadă de cel puțin 5 ani. Programul de studiu pentru acești ani trebuie să cuprindă activități teoretice, activități practice și activități legate direct de producție. Activitățile teoretice, menite să formeze baza pregătirii profesionale și care să se întindă pe perioada primilor patru ani de studiu trebuie să inițieze studentul în foarte multe direcții cum ar fi: desen geometric și perspectival, proiectare, structuri, mecanică, rezistență, tehnologii ale metalului, lemnului, materialului plastic, analiză a sistemelor (mod de abordare a problemelor de design), informatică (inițiere și aplicații pe calculator), anatomie, ergonomie, socio-psihologie, estetică, relații cu publicul, marketing, fotografie, istoria și teoria designului. Activitățile practice care prevăd studiul în atelier trebuie să abordeze o multitudine de probleme începînd cu studiul desenului și al culorii, structuri și compoziții bi și tridimensionale, studiu de obiect într-o abordare analitică, creație de produs industrial, probleme legate de ambient, comunicații vizuale, machetare. Această preocupare există și în prezent în cadrul Institutului, important, cred eu, este modul în care sînt abordate problemele și etapele care se parcurg. În acest sens este necesară colaborarea în cadrul catedrei, înțelegînd prin aceasta participarea tuturor cadrelor didactice, a profesorilor de atelier ca și a celor ce predau cursuri teoretice, precum și a studenților. Cred că este momentul cînd cadrele tinere să fie îndrumate de actualii designeri, absolvenți ai acestei secții, oameni care au profesat meseria și care în urma contractului direct cu producția pot menține un climat de colaborare și pot orienta corect învățămîntul de specialitate spre o integrare socială și productivă cît mai organică și utilă.
Responsabilitatea designerului în cadrul procesului de producție este foarte mare și cu atît mai mult se impune o pregătire la un înalt nivel încă din timpul facultății, iar pentru aceasta este nevoie de cadre specializate. Sîntem în stadiul cînd producția are într-adevăr nevoie de designeri și cînd designul trebuie să se afirme, să demonstreze practic necesitatea sa în vastul cîmp de acțiune cuprinzînd domeniul producției de serie, grafica publicitară și de ambalaj, environmentul.
Totodată se impune în momentul de față recunoașterea și acceptarea termenilor « design » folosiți în întreaga lume, precum și rezolvarea problemei includerii în nomenclatorul de funcțiuni a meseriei de designer, ceea ce ar duce la rezolvarea unor situații legate de imposibilitatea specialiștilor de a lucra în unități economice care-i solicită. În această direcție trebuie amintit și faptul că în întreprinderi ale Ministerului Industriei Ușoare specialiști în design sînt angajați « creator modele », în timp ce, în Ministerul Industriei Construcțiilor de Mașini, « desenator artistic », încadrări neconforme cu pregătirea în învățămîntul superior.

Mihai Panduru

Microstructura învățămîntului de design e bună. Materiile și cursurile prevăzute în programa școlară sînt premise bune pentru pregătirea designerilor. Depinde de cadrele didactice finalizarea acestor premise și calitatea pregătirii designerilor. În macrostructura învățămîntului de design aș avea cîteva propuneri:

1. Să existe în fiecare semestru o temă la alegerea studenților, cu durata de 2—3 săptămîni.
2. Atelierele să fie dotate cu mașini și mașini-unelte cu ajutorul cărora lucrările să poată fi finalizate în stadiul de prototip.
3. După anul III să fie efectuată o pre-repartizare (după criteriile de la repartizarea finală — decret 54/1974) pentru trecerea treptată de la condițiile de învățămînt la cele de producție în întreprinderea în care va lucra designerul.

Mecanismul economic al țării noastre este în continuă perfecționare prin grija permanentă a conducerii de partid și de stat, a tovarășului Ceaușescu personal.

Designul, ca factor economic, influențează calitatea proiectării și deci a produselor, eficiența producției, ridică valoarea de utilizare, determinînd direct volumul vînzărilor și gradul de satisfacere a necesităților și cerințelor oamenilor. Adeseori activitatea de design nu e înțeleasă, industria mai tolerînd încă producerea de obiecte scumpe nefuncționale sau absurde, neadaptate muncii omului și datelor antropometrice, nesemnificative și urîte. Este adevărat că s-au făcut progrese însemnate, dar « modernizarea » produselor sau fluxul neverosimil de « produse noi » nu acoperă decît în mică măsură ritmul lent al îmbunătățirilor reale înfăptuite pînă acum. Unele cadre din alte specialități, recalificate peste noapte, uită de limitele competenței lor reale și acționează fără responsabilitate în numele designului. Se propagă astfel ideea unui domeniu fără limite, a unei profesiuni fără profesioniști.

Avem nevoie de un design al nostru, adaptat condițiilor economiei noastre și nu economiei altor țări în care designul are tradiție. Nu se poate importa designul.

Cel care face design ar fi normal să se numească designer și nu « artist » sau « arhitect ». Ar trebui înscrisă în Nomenclatorul profesiunilor al Ministerului Muncii și profesiunea de *designer*, din moment ce învăță-

mîntul pregăteşte designeri şi economia naţională are nevoie de ei.

Ion Bitzan

Principalele probleme de conţinut ale învăţămîntului de design trebuie structurate astfel:

A. *Partea artistică* avînd ca scop operarea cu elemente specifice pentru elaborarea *formei* produsului, temei etc.; cîştigarea, acumularea unei abilităţi în ceea ce priveşte «redactarea» formei unui produs.

B. *Partea practică* avînd ca scop operarea şi familiarizarea cu materiale şi tehnologii diferite legate de crearea, prelucrarea produsului.

C. *Partea teoretică* avînd ca scop operarea şi înţelegerea unor probleme adiacente la problema în studiu precum şi uşurinţa în manipularea simbolurilor abstracte necesare la găsirea soluţiilor optime în rezolvarea problemei în studiu.

Toate cele trei părţi trebuie menţinute într-o *interdependenţă continuă şi o corelare permanentă*.

În primul rînd învăţămîntul de design trebuie să experimenteze mai multe metode de abordare, de rezolvare a unor teme propuse şi folosirea acestor metode pe specificul temei, problemei propuse spre rezolvare.

De exemplu — de folosit metoda «Brainstorming» înainte de lansarea unei teme — metodă bazată pe conversaţie liberă între membrii participanţi din care este exclusă critica, înlăturîndu-se inhibiţia de orice fel, rezultatul fiind acela de a desprinde încă din fazele iniţiale trăsăturile specifice şi chiar un oarecare model al problemei supuse discuţiei.

Colaborarea interdisciplinară a specialiştilor de design cu alţi specialişti precum şi corelarea, schimb de opinii cu specialişti de design de la alte facultăţi din ţară şi de peste hotare. Înainte de abordarea temei din punct de vedere al designului elaborarea unei documentaţii complete.

Alexandru Nestor

Studierea produsului industrial (în perioada studiilor din institut) trebuie făcută integral şi anume: de la documentaţia propriu-zisă pînă la macheta funcţională, la ambalaj şi la problemele de reclamă ale produsului. În felul acesta absolventul poate convinge direct factorii decizionari asupra intrării în fabricaţie.

Realizarea unor produse se făcea pînă acum de către ingineri sau arhitecţi, care executau un proiect pe hîrtie, neurmărindu-l în atelierele de prototipuri. Inadvertenţele dintre proiect şi forma spaţială rezultată erau iminente. Este timpul ca performanţele tehnice mereu crescînde ale industriei româneşti să îmbrace forme corespunzătoare, să avem un design modern, funcţional şi competitiv atît pentru piaţa internă cît şi pe plan mondial. Catedra de design din cadrul I.A.P. trebuie să încadreze cu toată încrederea cel puţin un absolvent care a lucrat efectiv în industrie. Eu personal, după absolvirea facultăţii, mi-am schimbat total modul de a gîndi şi a proiecta forma sau soluţii tehnice ale produselor. Posibilităţile tehnologice din întreprinderi îţi oferă un cîmp vast de acţionare faţă de încercările timide din timpul studenţiei.

Eugen Huştiu

Îl aprob într-o privinţă pe colegul Marinescu, şi anume el spune că urciorul rămîne şi astăzi ca un obiect foarte important, dar vă daţi seama că nu trebuie să rămînem doar cu ceea ce moştenim. Nu te poţi duce la mare cu urciorul. Cineva spunea că industria nu are nevoie de noi. Nu este adevărat; după părerea mea, în viitor, fiecare creator de bunuri sau creator de artă trebuie să fie şi un designer, să acţioneze ca un designer; designerul este cel care coordonează, în contact permanent cu tehnologia, cu tot ceea ce este nou pe tărîmul ştiinţei, tehnologiei.

Anton Dâmboianu

Public în acest număr chiar un articol mai amplu unde apăr punctul meu de vedere. Voi adăuga cîteva lucruri doar despre designer şi învăţămîntul de design în continuarea acelui articol şi în termenii folosiţi acolo. Cer îngăduinţa de a folosi un limbaj mai concentrat, uneori eliptic.

A. Designerul este specialistul *interfeţei* obiectelor ambientale, domeniul propriu al designului. El trebuie să cunoască evoluţia istorică a interfeţei ambientale, tendinţele ei de dezvoltare viitoare şi sub controlul ideilor formative, designerul trebuie de asemenea să asigure prin proiectare integrarea noului produs în procesul de locuitate.

B. + C. Consecvent opiniilor mele despre design prezint următoarea viziune asupra învăţămîntului de design:

Ce trebuie să ştie:

conţinut — *Procesul de locuitate* ca invariant istoric şi manifestare specifică bioantropologică

scop — Conştientizarea procesului proxim care include şi condiţionează domeniul designului

conţinut — *Domeniul interferenţei* obiectului exprimat prin:

— Grupul de proprietăţi specifice

— Relaţiile interfeţei cu frontul endosomatic

— Relaţiile interfeţei cu tehnema obiectului

scop — Formează conştiinţa competenţelor proprii derivate din autonomia domeniului şi a conţinutului său.

Ce trebuie să facă:

conţinut — Cunoaşterea şi exersarea *procedeelor euristice de proiectare a interfeţei*. Proiectarea considerată sinteză creatoare.

scop — Formează capacităţile activităţii creatoare

conţinut — *Studiul proceselor formative* în situaţia variabilităţii conţinuturilor.

scop — Asigură supleţea şi eficacitatea în abordarea problemelor proiectării

Cum trebuie să facă:

conţinut — Studiul privind *condiţia interdisciplinarităţii* ca trăsătură proprie activităţii de design

scop — Generează stilul specific de lucru al designerului.

Organizarea acestui conţinut în fluxul unui proces de învăţămînt conduce la următoarea ierarhizare şi secventare succesorală:

Admitere: testarea aptitudinilor.

Introducere: Basic-design; Studiul proceselor formative

Profilare profesională: Coloana vertebrală o formează *activitatea practică de proiectare*, păstrîndu-se prioritatea caracterului de *sinteză* şi *interdisciplinaritate*. Sublimarea acestui praxis va da conţinut *teoriei generale a proiectării*. În paralel cu desfăşurarea acestei discipline-centrale se vor branşa succesiv următoarele două mari familii de discipline cooperante:

1. Discipline derivate din necesitatea controlului schimburilor ce se petrec în impactul dintre *interfaţă şi sistemul endosomatic:* bio-antropologic, fizionomie, ergometrie, psihologie, sociologie, teoria artei, estetică etc.

2. Discipline derivate din necesitatea corelării ansamblice dintre *interfaţă* şi *tehnemă:* Studiul materialelor de construcţie, Studiul proceselor tehnologice, Structuri constructive, Concepţii tehnico-materiale, Raportul dintre substanţă, energie şi informaţie, Finisaje etc.

Disciplina centrală a proiectării va evolua prin procese didactice de *învăţămînt*, studii de *cercetare* teoretică, rezolvări practice din *producţie*. *Proiect de diplomă*. Demonstrarea închegării profilului profesional.

D + E. Cunosc, din contact direct de colaborare, învăţămîntul nostru de design. Se munceşte mult şi cu pasiune. Cadre didactice competente modelează cu iscusinţă profilul profesional al tinerilor studenţi talentaţi de cele mai multe ori, iar uneori cu reala deschidere a vocaţiei.

Dar o concepţie operativă a învăţămîntului nu poate exista fără o concepţie clară şi fertilă a domeniului de design. Apreciez că în actualul învăţămînt de design această concepţie este pe cale de formare şi are mari şanse de a deveni în curînd o realitate.

Măsuri: În primul rînd, o *temeinică consolidare internă;* în interiorul profesiunii travaliul practic trebuie să conducă la o puternică fundamentare teoretică, capabilă la rîndul ei să genereze noi poziţii creatoare.

Am încrederea că forma de concentrare a forţelor de lucru într-un *institut central de proiectare* (care să preia diverse comenzi de colaborare) asigură o exercitare coerentă, o fertilă stocare de experienţă şi o radiantă autoritate a domeniului de design.

Virgil Salvan

Pentru a cunoaşte profesiunea de design ar trebui insistat ca la cursurile de perfecţionare pentru cadrele de decizie din economie şi din întreprinderi să se dea o pondere mai mare informării despre activitatea de design. La Academia «Ştefan Gheorghiu», la cursurile pentru bibliotecari, nu mai ştiu de cîte ori au fost incluse şi lecţii de design pentru biblioteci şi am fost solicitat. Avem directori de întreprinderi care nu ştiu că există această specialitate, această profesiune. Cei care sîntem preocupaţi ar trebui să ne gîndim la o idee fundamentală, şi anume la orientarea diversificării, mai ales în industrie unde înfloreşte uşor această diversificare.

În privinţa orientării sînt perfect de acord cu necesitatea căutării firescului, şi dacă realizăm acest firesc se va modifica şi atitudinea noastră faţă de realitate.

Octavian Barbosa

Dacă nu ai reuşit să faci ceea ce crezi tu că este necesar pentru societate la momentul respectiv, nu întotdeauna societatea este de vină, s-ar putea să fii şi tu întrucîtva de vină că nu ştii să-ţi prezinţi bine punctul de vedere, că nu ştii să demonstrezi cît de eficace eşti.

Cadrul principial există. Trebuie ca noi să găsim metoda prin care să facem să devină realitate acest lucru atît de explicit exprimat în Directive: trecerea la o nouă calitate. Despre asta e vorba; cum procedăm pentru ca şi în domeniul la care ne referim azi să se treacă la o nouă calitate. Frumosul nu este un lux sau o extravaganţă. Noi sîntem aceia care va trebui să arătăm că frumosul nu este doar agreabilul. O extravaganţă şi un lux în condiţiile economiei şi societăţii noastre contemporane este urîtul, inexpresivul — acesta este luxul pe care nu ni-l putem permite. Cum spune un proverb englezesc: nu sînt destul de bogat ca să-mi cumpăr o stofă proastă. Urciorul şi-a păstrat actualitatea, ca şi toate obiectele artei vechi de artizanat de la Muzeul Satului, unde găsim modele de organizare a ambientului. Ele îşi păstrează actualitatea datorită şi formei, şi chiar dacă folosim pentru apa rece frigiderul şi termosul, urciorul şi lingura de lemn îşi păstrează — şi atunci cînd şi-au pierdut utilitatea practică — actualitatea estetică, actualitatea socială şi spirituală. Ele devin perene, participă la eternitate prin sensul utilitar latent care există în ele ca şi prin esteticul implicat. Funcţional-utilitarul şi funcţional-esteticul sînt inseparabile.

Anton Dâmboianu

Designul nu trebuie impus unei societăţi. El trebuie cerut de o societate.

Octavian Barbosa

Societatea noastră îl cere cu certitudine.

Vasile Drăguţ

Vă cer îngăduinţa, totuşi, după această discuţie care este clar că s-ar mai putea prelungi foarte mult, să ne oprim aici. Concluziile care s-ar putea trage sînt multe şi nu intenţionez să fac în faţa dumneavoastră un inventar al problemelor care au fost ridicate şi care fiecare în parte reclamă o soluţie cu caracter concluziv.

Totuşi, dincolo de dificultăţile reale de a închide o asemenea discuţie, şi de fapt ea nu se închide, aş vrea să cădem de acord asupra cîtorva lucruri. În măsura în care momentul permite, aş propune o asociere de forţe, pe deoparte Uniunea Artiştilor Plastici, şi organul ei de presă, revista «Arta», pe de altă parte Institutele de artă şi nucleele care au început să se constituie în diferitele întreprinderi. În foarte scurtă vreme secţia de design care se va constitui în cadrul Uniunii Artiştilor Plastici va fi o formă de organizare constantă, coerentă, în contact cu care designerii vor putea să-şi ordoneze propria lor activitate. Avînd aceste cîteva elemente de ordin tactic în faţă, vom socoti că lucrurile nu se opresc la latura lor teoretică, ci că încercăm să le trecem în practică cu şanse să izbîndim. Ceea ce lipseşte multora este perspectiva culturală a fenomenelor şi răspunderea impusă de o asemenea perspectivă. Cel care se confruntă cu evoluţia stilurilor ştie foarte bine că fiecare perioadă de dezvoltare, de înflorire economică şi artistică, a adus propria sa soluţie problemelor şi realităţilor de ordinul celor discutate şi că în măsura în care sîntem preocupaţi să vedem în jurul nostru constituindu-se un stil, nu ne putem permite naivitatea să credem că un asemenea stil s-ar forma prin recuperarea unor experienţe revolute. Sîntem în secolul XX, cu tehnologia noastră şi posibilitatea de a realiza o asemenea unitate stilistică poate fi determinată tocmai de concepţia designului.

Vă mulţumesc foarte mult pentru participare.

designul și dezvoltarea social-economică actuală

iulian crețu

Construim o lume care și-a pus totul în slujba omului, a existenței sale cotidiene.
Nimic din ceea ce realizăm sau gîndim să realizăm nu se naște fără un scop bine definit, fără să slujească unui obiectiv care, prin elementele sale esențiale, să nu fie destinat vieții și existenței oamenilor.
În cadrul științelor care contribuie într-o măsură deosebită la realizarea de bunuri materiale un loc important îl ocupă, trebuie să-l ocupe, creația industrială (design).
În relațiile dintre om și produsele materiale se stabilesc un șir de implicații firești, formînd complexul de probleme ambientale, lumea obiectelor cu toate corelațiile tehnice-economice și estetice ale acestora, avînd un rol determinant în existența și viața oamenilor. Relațiile dintre indicatorii economici tehnici și estetici ai bunurilor materiale ai vieții social-economice devin priorități, elemente de fond în politica dezvoltării, a productivității muncii, a eficienței, a calității, adevărate chei de prefigurare a viitorului, elemente caracterizante pentru nivelul de cultură și civilizație al poporului.
Intuind direcția de dezvoltare a unuia sau altuia din indicatorii enunțați mai sus, ținînd cont de criteriile economicității, corelate cu cerințele de diversitate și personalizare a vieții și existenței omenești, problemele derivînd din cerințele estetice ale produselor, a ambianței în producție și mediu de viață capătă prioritate pe toate planurile.
Posibilitățile tehnicii contemporane sînt imense, ritmurile de dezvoltare amețitoare ale științei conduc, în acest domeniu, la adevărate performanțe de realizare a produselor. Altfel zis, din punct de vedere tehnic totul este posibil sau va deveni posibil într-un viitor apropiat sau ceva mai îndepărtat.
Acest adevăr în contextul unei noi calități plasează indicatorii estetici ai producției pe poziții înaintate și în mod necondiționat în zona eficientului și concretului.
În acest sens consider util a pune în discuție cîteva idei bazate mai cu seamă pe experiența concretizării în producție, corelată cu economiile de materii prime și materiale, sarcină de bază în directivele celui de-al XII-lea Congres al P.C.R.

Cu privire la terminologii și definiții
Se discută mult, chiar prea mult despre definirea științei design-creație industrială.
Se folosește termenul de design afirmîndu-se, de pildă, că cel de estetică industrială s-ar ocupa mai mult de cosmetica produselor și ar fi depășit.
Mai există și alte noțiuni ca: industrial design, engineering design etc. Într-o lucrare cu privire la design (tradusă și în țara noastră în Ed. tehnică), englezul Christopher Jonnes, vorbind despre definiție, afirma pericolul teoretic al acestor preocupări care pot conduce la stagnări, confuzii și la un fel de «carte de bucate» a definițiilor.
Aceasta nu trebuie să acrediteze ideea că abordarea teoretică a problemei n-ar fi utilă, dar a cantona întregul complex de relații ale acestor preocupări doar în domeniul teoretic este dăunător și ineficient.
Preocupările pentru frumosul industrial, pentru estetică industrială (design) nu se nasc în țara noastră pe un teren gol și nu noi descoperim definiții, cel mult le completăm, sau chiar sintetizăm în baza unor experiențe de veche tradiție.
Școlile noastre de arte și meserii au fost printre primele în Europa și în tot ceea ce construim depunem sensibilitate, frumusețe și omenie. Este necesar să dezvoltăm și să implicăm idei dar ni se cere să le materializăm cotidian în producție, iar de la acest nivel și în baza unor rezultate concrete să generalizăm experiență și idei generatoare de definiții.

Cu privire la locul acestei discipline în lumea materială
Epoca contemporană, ritmurile de dezvoltare a științei și tehnicii și, mai cu seamă, de aplicare a acestora concret în producție, impun ca pentru preocupările teoretice să se constituie elemente specifice sau, altfel zis, să se organizeze domeniile și obiectivele din producție, pentru că nimic nu poate fi realizat fără a se asigura anticipat eficiență și receptivitate.
Creatorul industrial, designerul, realizatorul acestor deziderate, fie el artist plastic, economist, inginer, muncitor, maistru etc. trebuie să cunoască zilnic cerințele economice, tehnice și estetice ale produselor și producției, acolo unde ele sînt confruntate zilnic cu elementele materialelor, tehnologiilor etc., cerințelor acestora.
În toate relațiile, creația industrială-design colaborează cu indicatorii tehnici-economici și estetici mai cu seamă atunci cînd această disciplină intră în contact cu cerințele industriei planificate.

Cu privire la criterii
Criteriul eficienței economice nu exclude, ci implică relații dintre indicatorii menționați și cei estetici.
Eficiența economică este comensuraiblă în consumuri, prețuri, cheltuieli comparabile și cotidian colaborează cu elementele tehnice și estetice, așa cum comensurabili sînt și indicatorii estetici ai produselor industriale sau relațiile dintre acestea.
Dacă societatea de consum a promovat idei false, derutante și promotoare la risipă, în societatea noastră eficiența este determinantă și toate preocupările lansează prioritar în interesul societății elementele estetice ca o nevoie, ca o forță a dezvoltării industriale și social-economice. Aș exemplifica cu cîteva prime experiențe colective la nivel național: Salonul Luminii 1975. Lucrările pregătitoare, metodele folosite în decantarea ideilor valoroase au demonstrat în mod concret aplicarea creației industriale (design) în producție.
Efectul acestei acțiuni gîndite și organizate după principiile creației industriale s-a prelungit și în alte sectoare, iar rezultatele continuă să se înregistreze. Acțiunea a fost și este profitabilă atît pentru zona de cercetare și creație cît și pentru cea de producție și circulație și mai cu seamă pentru cea privind eficiența și contribuția la nivelul de cultură și civilizație ale mediului și bunurilor materiale.
La Salonul Luminii 1975 au participat cca 28 de întreprinderi, selecția investigînd cca 1500 produse, din toate punctele de vedere, economic, tehnic și estetic, acționînd concret în toate zonele de referință.
Au fost eliminate produsele vechi, adesea mari consumatoare de materii și materiale; din păcate multe din modelele vechi erau încă solicitate de circulația mărfurilor, dar nu au mai fost admise în Salon spre contractare. Ar trebui să relev rezultatele importante ale creației industriale obținute în industria ușoară, unde sute de artiști plastici, ingineri, economiști etc. obțin cotidian rezultate importante și rezolvă problemele creației industriale cu eficiențe sporite în producție.
Rezultate notabile se obțin în acest sens în sectoarele din M.I.U., sticlărie, porțelan, faianță, unde emulația creativă este foarte prezentă: trei concursuri naționale de creație în 1979, simpozionul de creație în colaborare cu U.A.P. Procentul noutăților în sector este de cca 30—40% anual. Seriile de unicate, serii scurte, sînt tot mai prezente. Recent în colaborare cu centrul de perfecționare a cadrelor din cultură, s-a început reciclarea sistematică a creatorilor în producții speciale de design etc.

Cu privire la documentare și formare de specialiști
Sînt de reținut mai multe rezultate în acest domeniu, obținute în cadrul institutelor de arte plastice din Cluj-Napoca și București, care au dat producției primele serii de creatori de forme industriale (designeri).
De asemenea preocupările tot mai accentuate ale școlilor și institutelor de arhitectură, precum și ale institutelor politehnice și academiile de științe economice cu privire la implicațiile creațiilor industriale în structura și pregătirea profesională a viitorilor specialiști în aceste domenii. În pregătirea profesională a specialiștilor din economie, inginerii tehnologi, comerț exterior și interior etc., este necesară implicarea elementelor derivînd din creația industrială.
Pentru a nu amplifica exemplele trebuie să menționez că această nevoie este actuală în întregul învățămînt mediu și superior, pentru asigurarea nivelului de eficiență dorit al relațiilor dintre util și frumos în toate zonele.
Preocupările cu privire la implicarea artei în industrie pot deveni eficiente și trebuie să-și ocupe locul cuvenit în toate valorile și virtuțile calității producției și produselor, aceasta însă numai în baza unor rezultate concrete bazate pe domonstrații în producție, menite să dezvolte reactiv și să susțină toate preocupările în acest sens, la nivelul tuturor întreprinderilor. Este necesară o revedere a tuturor structurilor de relații organizatorice, plasînd în nomenclatorul de funcțiuni și atribuții creatorul industrial la nivelul cerut de epoca contemporană și în raport cu indicațiile și imperativele epocii contemporane.
Posibilitățile noastre materiale și umane plasate în contextul eficienței relevă cerințe deosebite în care creația industrială (design) trebuie să-și ocupe locul cuvenit.

mihai maxim

fișier

Mașină de gătit electrică (5800 W)

Beneficiar: Într. « Metalica » Oradea
Proiect executat în anul 1978
Prototipul este în curs de omologare în anul 1979

Echipamentul mașinii este compus din:

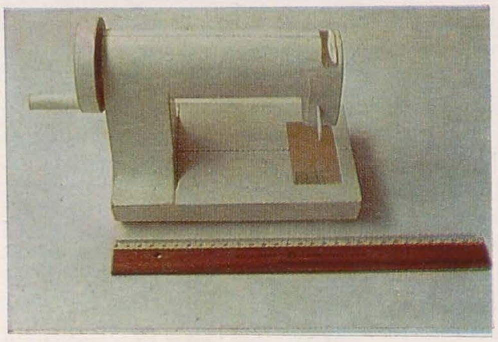
1. Masă de lucru — 2 ochiuri (150—100) + plită încălzitoare din aluminiu, pentru două vase (500 W)
2. Cuptor cu « convecție » (recirculare de aer), avînd randament sporit. Cuptorul este echipat de asemenea cu termostat cu reglaj continuu, precum și programator.
3. Rotisorul este conținut în incinta cuptorului, avind ca mecanism de antrenare un reductor de concepție proprie, cu dublă funcțiune: antrenează furca rotisorului, iar la funcționarea cuptorului asigură recircularea dirijată a aerului cald din incintă, asigurînd o temperatură uniformă la toate etajele.
4. În partea inferioară aparatul este dotat cu un sertar pe role, care are ca scop depozitarea elementelor auxiliare.

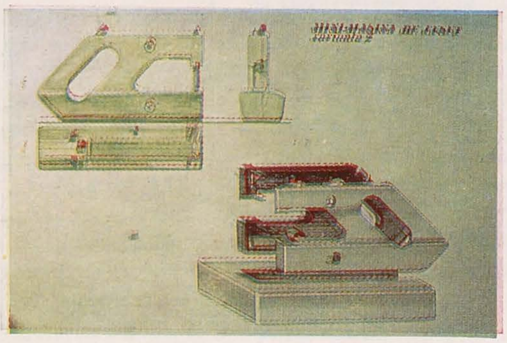
Aparatul este destinat uzului casnic, răspunzînd nevoilor gospodărești la un nivel superior.

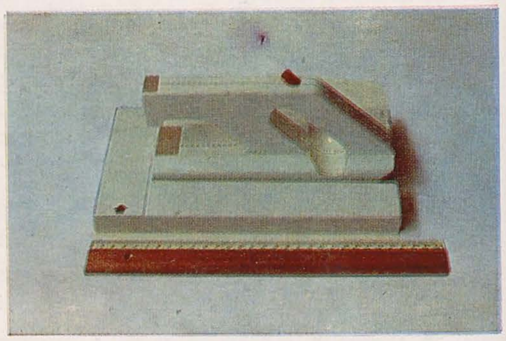
Alimentarea mașinii este bifazată, în felul acesta fiind posibilă o încărcare electrică mare, neafectînd rețeaua de alimentare. Tipul de aparat este primul de acest fel în țară.

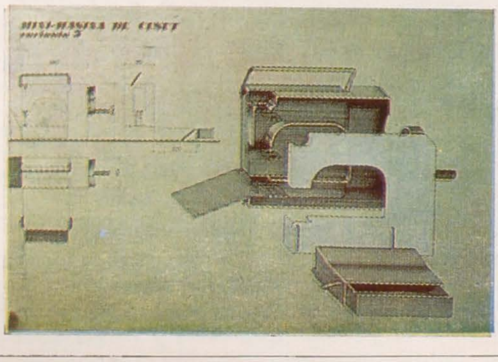
Mașină de cusut electrică pentru copii

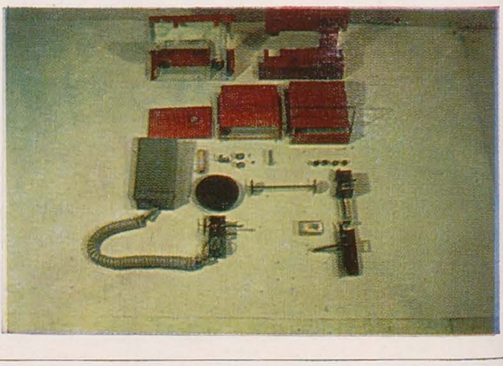
Beneficiar: Într. « Metaloglobus » București.
Proiectul a fost executat în 1977.
Prototipul a fost omologat în
același an, produsul fiind în curs de execuție. Mașina este concepută ca o jucărie instructivă, funcționînd similar ca o mașină reală. În felul acesta preocuparea copilului se canalizează spre a confecționa, și nu spre a se « juca ».
Mașina se prezintă sub forma unei truse compacte, în care sertarele componente, depliindu-se, măresc masa mașinii. Închisă, mașina capătă aspectul unei casete prevăzută cu mînere, putînd fi transportată împreună cu cele necesare cusutului. Sistemul coasere este diferit de cel folosit de fabrica producătoare, datorită necesității obținerii unei cusături corecte și sigure.
Întreaga structură a mașinii este concepută ca un element autoportant, astfel încît manopera de montaj să se reducă cît mai mult.
Subansamblurile mașinii sînt executate prin injecție (polistiren antișoc și zamac) astfel încît produsul să poată fi executat în serii mari fără a suferi modificări de la un obiect la altul.
Mașina a trecut cu succes toate probele Ministerului Comerțului Interior și Ministerului Învățămîntului.











alexandru ghilduș

fișier

Instalație de nitrurare ionică

Procedeu modern și eficient de durificare a pieselor finite din oțel și fontă.

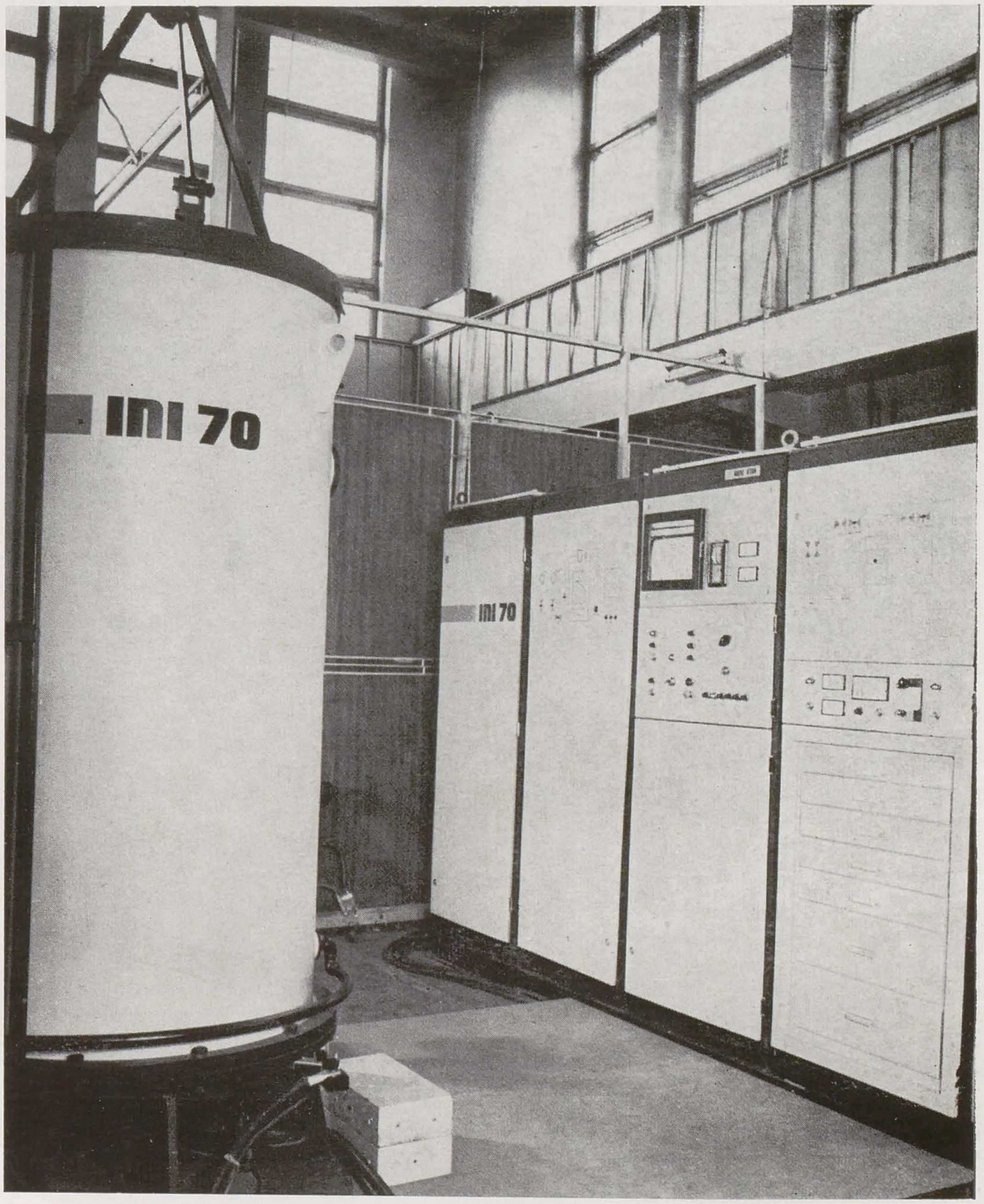
Realizare a unui colectiv de cercetare a Institutului de fizică și tehnologia aparatelor cu radiații (IFTAR) — București
Studiu design pentru instalație și platformă de lucru
Durata studiului: 2 ani

Beneficiar: I.F.T.A.R., respectiv I.C.M. Reșița

Instalația se compune din:
— incinta de nitrurare
— dulapuri de comandă și control
Dulapurile avînd dimensiunile: 800×750×2000, în număr de patru, fiecare cu funcții bine definite: Forță 1, Forță 2, comandă, disociator, prevăzute cu scheme sinoptice, aparatură de control și butoane de comandă, răspund problemelor legate de amplasare, excitație exterioară, monotonie, oboseală, lumină și culoare și duc la realizarea unei unități de lucru și a unui sistem funcțional.

S-au realizat astfel trei tipodimensiuni ale instalației: INI 15, INI 70, INI 150, avîndu-se în vedere corelarea activității de lucru cu funcțiile, accesibilitatea la componente și evidențierea relațiilor între ele (principale și secundare), folosirea elementelor modulare.

Instalația a fost privită din două puncte de vedere: ca produs și ca loc de producție, ceea ce a permis urmărirea instalației la beneficiari, realizarea amplasării în funcție de cerințe — la sol, subsol, și supraetajat (imaginea 2), precum și promovarea produsului, prin prospect și reclamă.



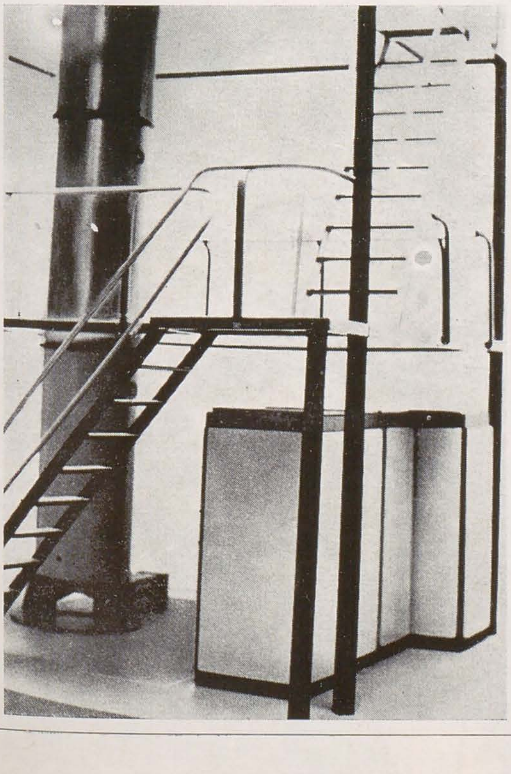
Aparatură electronică pentru laborator

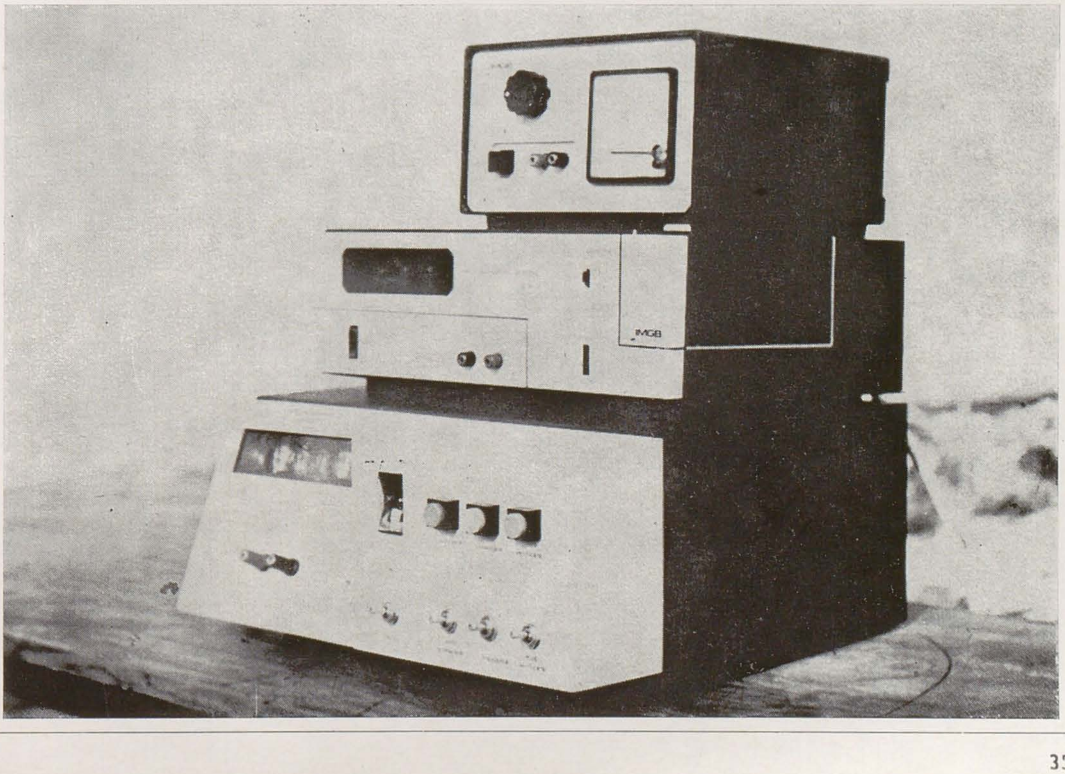
1. Sursă stabilizată — 40 V, 2 A
2. Frecvențmetru numeric
3. Sistem de afișare a poziției

Studiu design realizat în anul 1978

Durata studiului: 6 luni

Beneficiar: I.M.G.B — laboratorul de electronică
Imaginea (jos, dr.) prezintă trei tipuri de aparate din dotarea unui laborator de electronică, aparate de sine stătătoare care în anumite situații sînt folosite împreună. Formele care propun anumite unghiuri de înclinare pentru partea frontală sau cea din spate sînt în strînsă legătură cu funcțiile și permit citirea corespunzătoare a valorilor înscrise pe ecran, precum și intervenția optimă la butoanele de comandă. În final s-a realizat o unitate coerentă între elemente, fapt ce duce la crearea unui ansamblu estetic cu o mare funcționalitate.





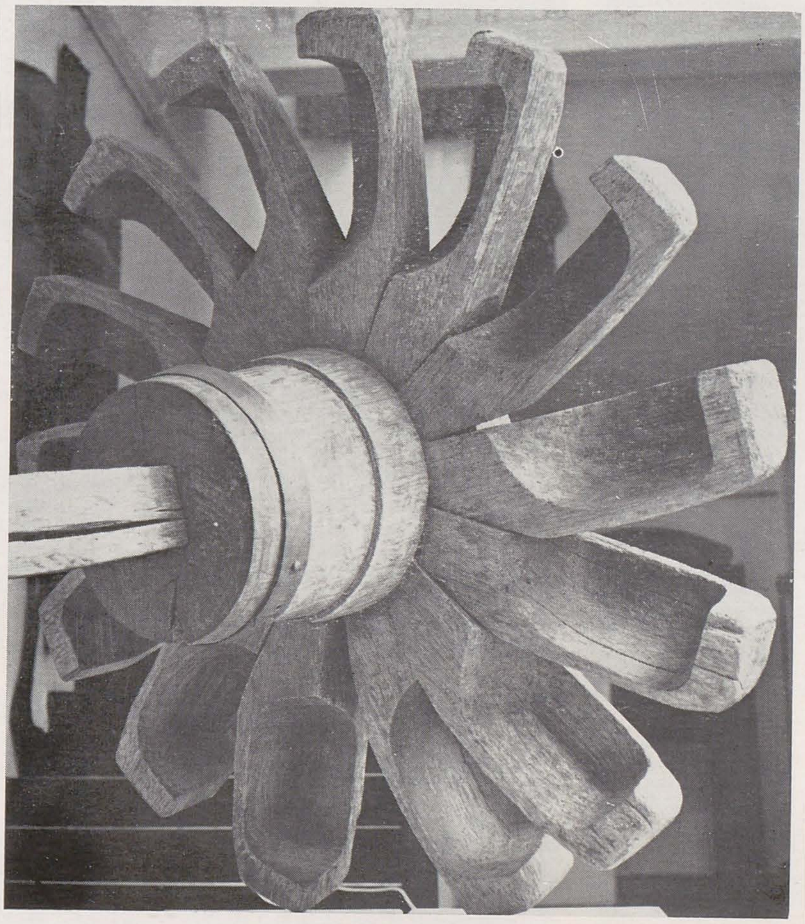
spirala: artă populară-design-«artă populară»

paul petrescu

design/tradiție

«La technologie, mot précis dans le vocabulaire industriel moderne, s'étend progressivement du poste de télévision au silex éclaté».

ANDRÉ LEROI-GOURHAN
L'Homme et la matière, Paris, 1971



Turbină cu făcaie

Timp de două-trei decenii, după primul război mondial, industrializarea, în societățile dezvoltate, a fost privită de apostolii libertății generale și a individualismului neînfrînat ca o degradantă limitare a inițiativei umane și ca o fatală restrîngere a posibilității omului de «a alege». Lamentările unor asemenea propagatori ai «decadenței» provocate de era industrială, de mașinism, de «tehnologie» în genere, se întemeia pe efectul, real, al operațiilor de standardizare implicate, în epocă, de toate dezvoltările industriei, de la cea a construcțiilor de imobile și mașini la cea a vestimentației și alimentației. Voci fals profetice cum erau cea a misticului francez Jacques Ellul, propovăduind desuete reveniri religioase cu oarecare succes în cercurile contestatare din anii '60 (*The Technological Society*, New York, 1967), sau, ceva mai neașteptat, a marelui istoric englez Arnold Toynbee (*Why I Dislike Western Civilization*, New York, 1964), deplîngeau crescînda uniformizare a tuturor aspectelor de viață din societatea industrială capitalistă, conducînd, în ultimă instanță, la încălcarea libertății omului prin îngustarea, din ce în ce mai accentuată, a cîmpului de opțiuni, în toate sferele vieții materiale și spirituale. Paradoxal, ar părea, deși în firea însăși a lucrurilor «noul» se năștea chiar în acea epocă, sau mai bine zis căpăta noi dimensiuni, capabile să se răsfrîngă în viața societății într-un chip, aparent paradoxal iarăși, cu totul neașteptat mai ales pentru teoreticienii nostalgici ai unui anume tip și fel de înțelegere a libertății, cum erau, deși atît de deosebiți în alte privințe, cei doi mai sus citați. Acel, relativ, «nou» era designul, luînd proporții în Statele Unite sub denumirea proprie și academică, Design Research, la sfîrșitul celui de al doilea război mondial, acoperind, în deceniile următoare, vaste sectoare ale industriei, comerțului, și avînd un impact decisiv de fapt asupra «societății de consum» în ansamblul ei, cu largi reverberații asupra dezvoltării generale a ceea ce se numește deja cu anume ambiguități, epoca «postindustrială». Firește că, de atunci, anii din preajma sfîrșitului celui de al doilea război mondial, însăși definiția designului a suferit schimbări importante, datorită extensiunii uriașe a aplicabilității sale și progresului tehnologic, cea dată de A. Hermant (*Formes utiles*, Paris, 1959) apărîndu-ne deja limitată, săracă, atunci cînd spune că designului îi aparțin «toate categoriile de obiecte utile care constituie cadrul material al existenței, obiecte de artizanat și industriale, de la uneltele cele mai elementare pînă la alcătuirile cele mai complexe, adică tot ceea ce se cheamă instrumente, mașini, aparate, echipament, îmbrăcăminte, vehicule, construcții etc.».
Nu există obiect creat de om pentru folosința sa care să nu poată fi regîndit conform conceptului de «forme utile», adică, spunem noi, să nu intre sub incidența designului. Acelei epoci, contemporane cu definiția de mai sus, adică epocii tehnologiei pre-automatizate, îi era într-adevăr caracteristică preocuparea pentru standardizarea producției, amenințînd cu o uniformizare în toate domeniile culturii materiale — și nu numai — ce înspăimînta atît generația epocii interbelice cît și pe cea următoare. Aceea a fost epoca și «tehnica» deplînsă de sociologi și de istorici ai artei și culturii, — un Arnold Kauser de pildă «Standardisierung und Kommerzialisierung» în *Philosophie der Kunstgeschichte*, München, 1958 — și în care industrializarea a fost considerată drept cauza primă a «dispariției» artei populare, produsele acesteia fiind evident concurate de «seriile» industriale.

Paralela între arta populară, așa cum este înțeleasă ca o categorie istoricește determinată, avîndu-și epoca de înflorire, pe plan european, în secolul al XVIII-lea și prima jumătate a secolului al XIX-lea, la noi prelungindu-se, pentru anume domenii și zone etnografice, și în prima jumătate a secolului al XX-lea, paralela între arta populară și design cu referiri la norma supremă a funcționalității implicînd relațiile util—frumos, formă—decor, serie mică—serie mare, avea ca termen de comparație acel design, am spune incipient, legat de o tehnologie pe care Alvin Toffler nu se sfiește s-o numească «primitivă» și care ea, tehnologia deceniilor cinci și șase, impunea standardizarea tuturor produselor, de la ciorapi și pantofi la vagoane de cale ferată și mobilă, de la apartamente conglomerate în «mașini de locuit» și frigidere la ambalaje și robinete.

Sofisticata industrie automatizată de azi și, mai ales, cea care se află azi pe planșetele proiectanților, permite pe de o parte diversificarea extraordinară a producției industriale, iar pe de altă parte renunțarea la tirania seriilor mari, generatoare de uniformitate în masă, «gloria» de altădată, — să observăm că acest «altădată» se referă la acum treizeci, patruzeci de ani, dacă nu mai puțin, dîndu-ne o măsură a creșterii ritmului «istoric» — a greoaiei industrii din epoca preautomatizării. Am fost confruntat, într-o foarte recentă călătorie în Statele Unite și Canada (iunie-august 1979) cu această realitate a diversității bunurilor industriale la o asemenea scară încît în nu știu ce supermarket din Atlanta sau Columbus-Georgia am fost înclinat să o compar cu neasemuita varietate a produselor de artă populară din uriașele tîrguri, tot din iulie și august, de la Cîmpulung-Muscel, de la Polovraci-Vîlcea sau Tismana-Gorj sau de la Muntele Găina. O varietate, evident mărginită de legea maximei eficiențe și rentabilități, fără nici un sacrificiu dinspre partea decorativului. Perfecționarea la limite greu controlabile de simțurile omenești a procesului de producție industrială permite acum introducerea unei enorme varietăți în toate sortimentele de mărfuri imaginabile, fără ridicarea costului. Designul și-a schimbat și el caracterul, fiind vorba de cele mai multe ori de un «design» computerizat, nemainecesitînd nici măcar «desenul» produsului respectiv, renunțînd adică și la procedeul care i-a dat numele, revenind dacă vreți, pe alte coordonate, la imemoriala practică a meșterilor populari care, în fond, își lucrau produsele tot pe baza unui «design» mental, transmis prin mecanismul tradiției. Toate fazele obligatorii ale unui design, cercetare, observare, experiment, proiectare, verificare, se regăsesc și în domeniul artei populare, extinse uneori pe secole, dar comprimate, ca știință ultimă, în acel uluitor mini-computer care este de fapt creierul fiecărui meșter. Ceea ce este schimbat și ceea ce face diferența între design și arta populară este, iarăși, ritmul, fundamental altul.

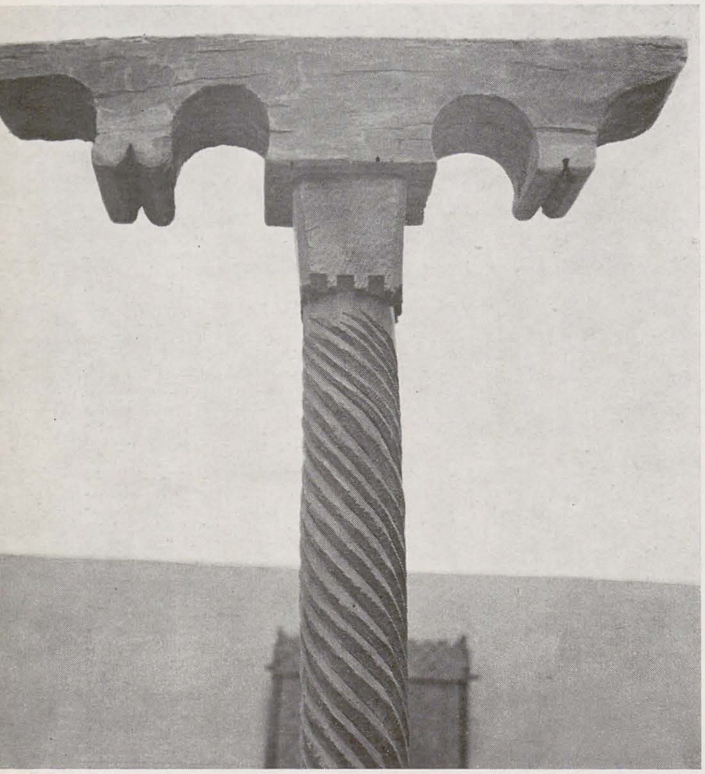
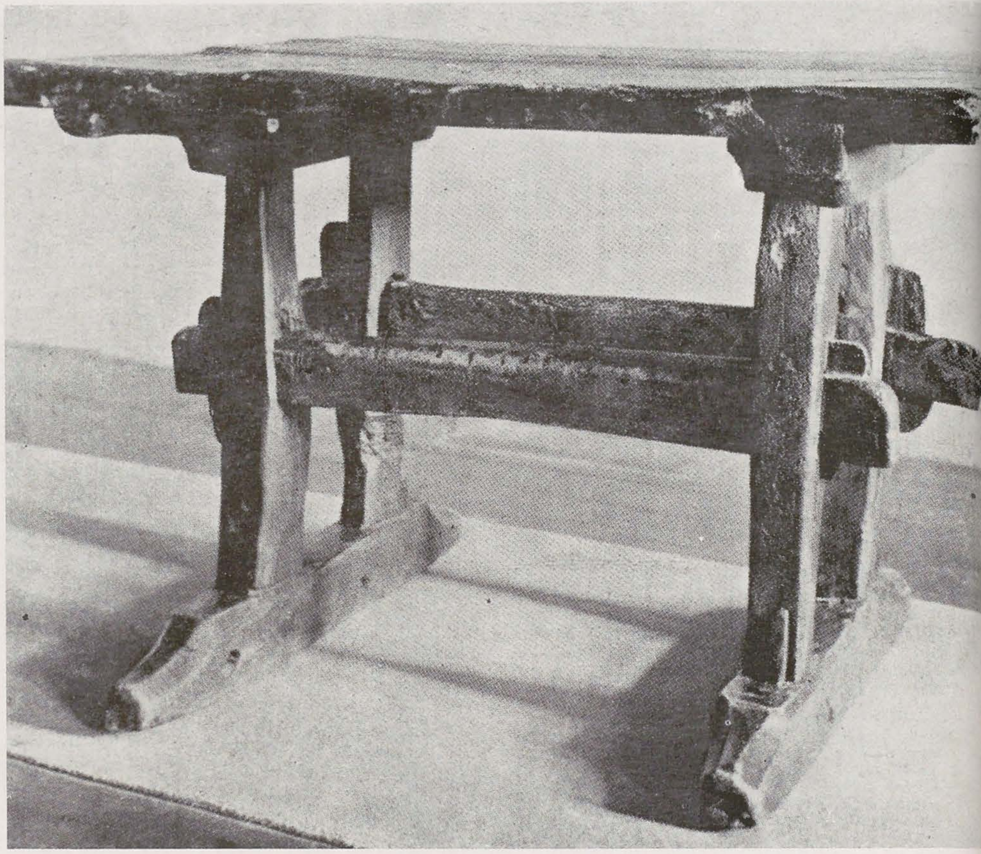
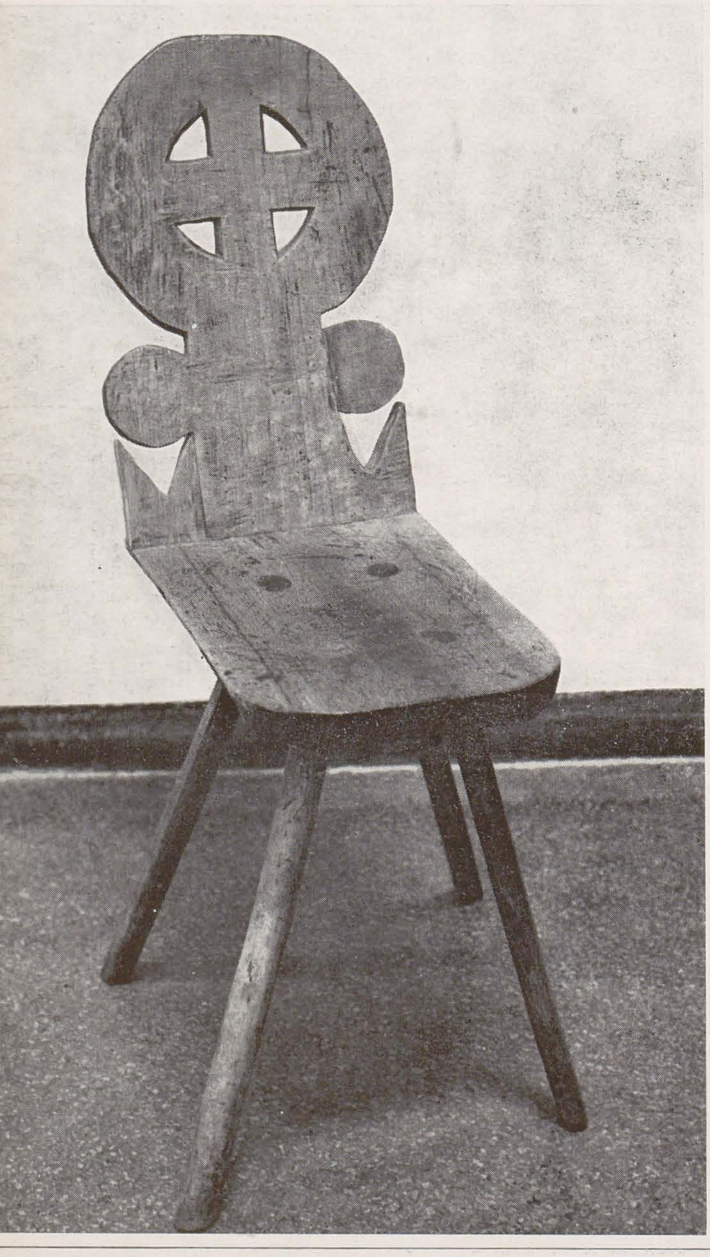
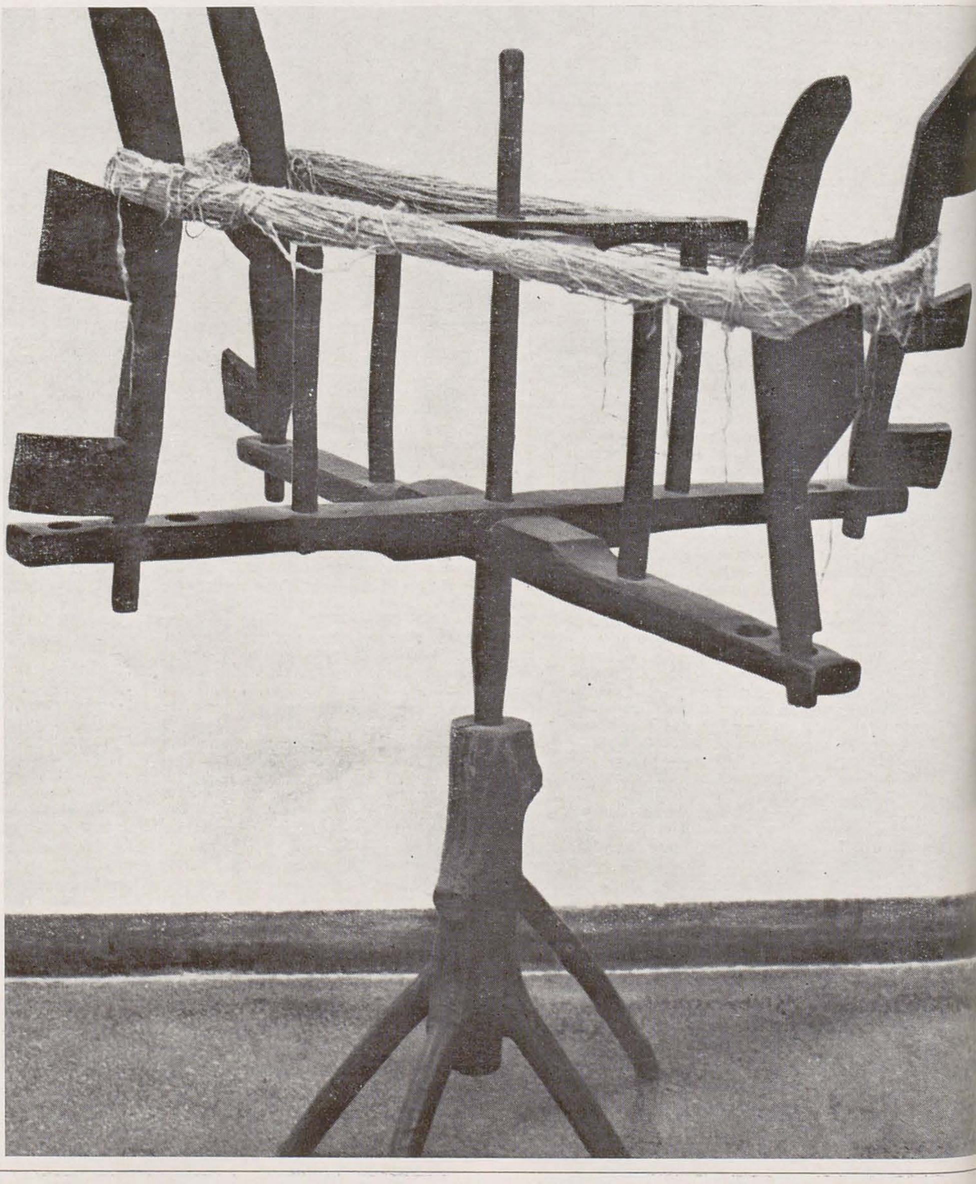
Produsele ca atare ale designului modern, implicat în procesul de producție a industriei automatizate, ajung să refacă individualitatea obiectelor de artă populară. Dacă vreți, designul de azi este capabil să producă «unicate» în masă, atașînd termenului unicat înțelesul nu numai al perfecției de concepție și execuție ci și variabilitatea extremă. Sîntem adică la polul opus standardizării și uniformizării, spectrele ce chinuiau nobilele dar evident învechitele cugete ale acestor mari gînditori, ca Toynbee, ancorați iremediabil în spiritul apusei «belle époque» și, mai departe, în spiritul frumoaselor secole al XVIII-lea și al XIX-lea, ne aflăm, dimpotrivă, cu producția automatizată și cu designul corespunzător, în zona «personalizării» producției industriale, a individualizării bunurilor de lungă sau scurtă durată, de larg sau restrîns consum. Ceea ce știm, deocamdată, despre producția industrială actuală, este încă puțin și evident incomplet. De pildă, faimoșii bluejeans, invadînd, în părerea unora, ca o uniformă, practică și ieftină, locurile de muncă, studiu și plimbare, sînt produși într-o varietate absolut deconcertantă, diferențele de materie primă, accesorii decorative, chiar și croială, fiind foarte mari și impunînd o tot atît de mare scară de prețuri, de la obișnuitul 10—12 dolari, la 150 dolari perechea, ceea ce indică firește costul ridicat al unui design supra-sofisticat și ultra-nou, demodarea și decăderea intervenind în același ritm. Personalizarea bunurilor de consum se aplică și la obiectele mari, cum ar fi automobilele, frecvente reclame recomandînd cumpărătorului să-și aleagă el singur combinația de părți componente (șasiu, motor, capotă, roți, accesorii, tapiserie) ca să aibă un automobil-unicat: iată ce propune Ford Fairmon Futura (nou tip de mașină): «Now means personal style. Add your own touch. Order your own personal Futura to your own personal taste». Cu alte cuvinte ne aflăm în fața aceluiași neînfrînat individualism, programat de data aceasta, de care atîtora le părea rău să se despartă în perioada tehnologiei primitive a industriei. Marshall McLuhan calculase în *The Futur of Education*, 1967, că un automobil poate fi, cu ajutorul unui computer, construit în 25.000.000 variante, așa că pe bună dreptate Alvin Toffler în *Șocul viitorului*, 1970, își intitulase unul din subcapitole «Design-à-Muse tang», adică fiecare poate să-și proiectez- un Mustang (celebru tip de mașină) pentru sine însuși.

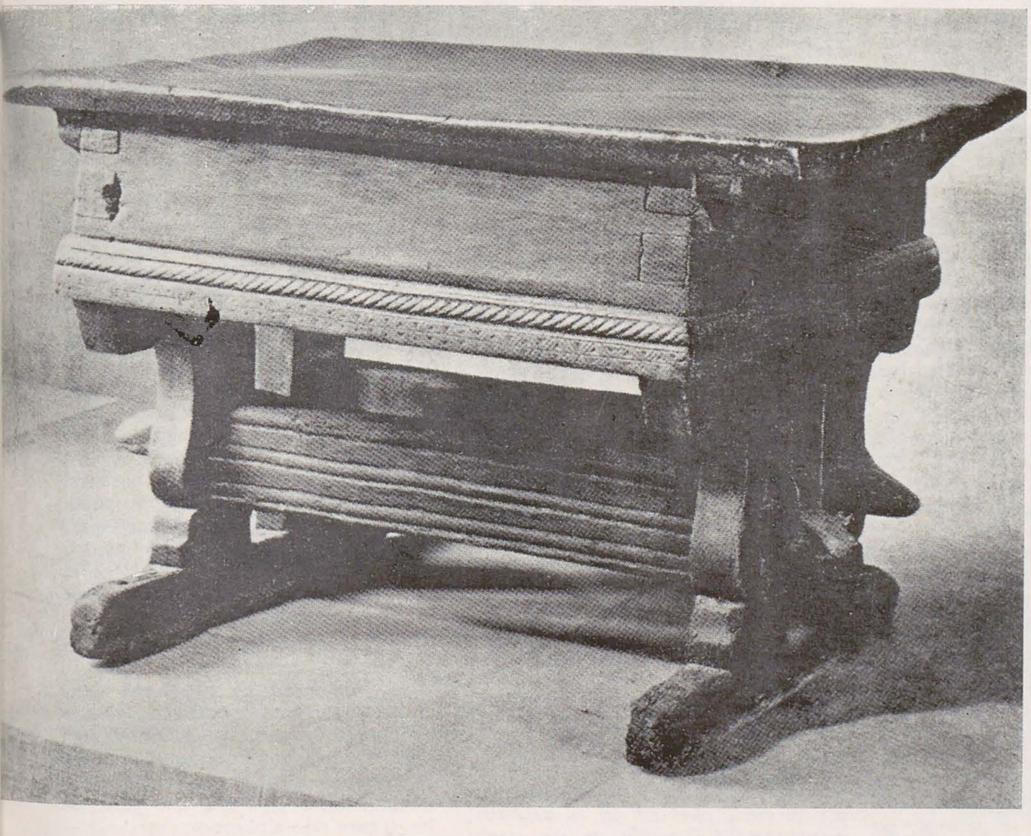
Aici este cazul să amintim că această extremă variabilitate, poate, mai bine zis, această personalizare a produselor, era și este caracteristică întregii arte populare, excluzînd pe cea produsă, deseori, în unele ateliere colective, unde, din păcate, concepția se află la nivelul designului din epoca industriei cu tehnologie «primitivă», impunind o nedorită standardizare. Adevărata, clasica, artă populară, era, dimpotrivă, orientată spre infinita varietate, cum bine se cunoaște din exemplul unor mari meșteri olari, cum ar fi Ogrezenii, Vicșorenii, Mischii (ca să mă limitez numai la prea frumoasa olărie de Hurez), care, mii de strachini de ar face, una nu seamănă cu alta, după cum din zecile de mii de ii sau de cămăși țesute și cusute, aflate și în depozitele muzeelor, nici una nu repetă pe alta. «Personalizarea» în domeniul artei populare se exprimă și pe o altă treaptă, aceea a distribuției producției, unde meșterii, ca adevărați experți în marketing, știu că în cutare zonă sau cutare sat se vinde marfă cu anume caracteristici, exemplul cel mai la îndemînă fiind acela al sumănarilor de Sîrbești-Bihor, lucrînd într-un fel pentru satele de pe Crișul Negru și altfel pentru cei de pe Crișul Alb, după cum exemple similare pot fi găsite și în producția fierarilor din Vărzari-Bihor, sau a lădarilor din Sălătruc-Argeș, și lista ar putea fi ușor îmbogățită.

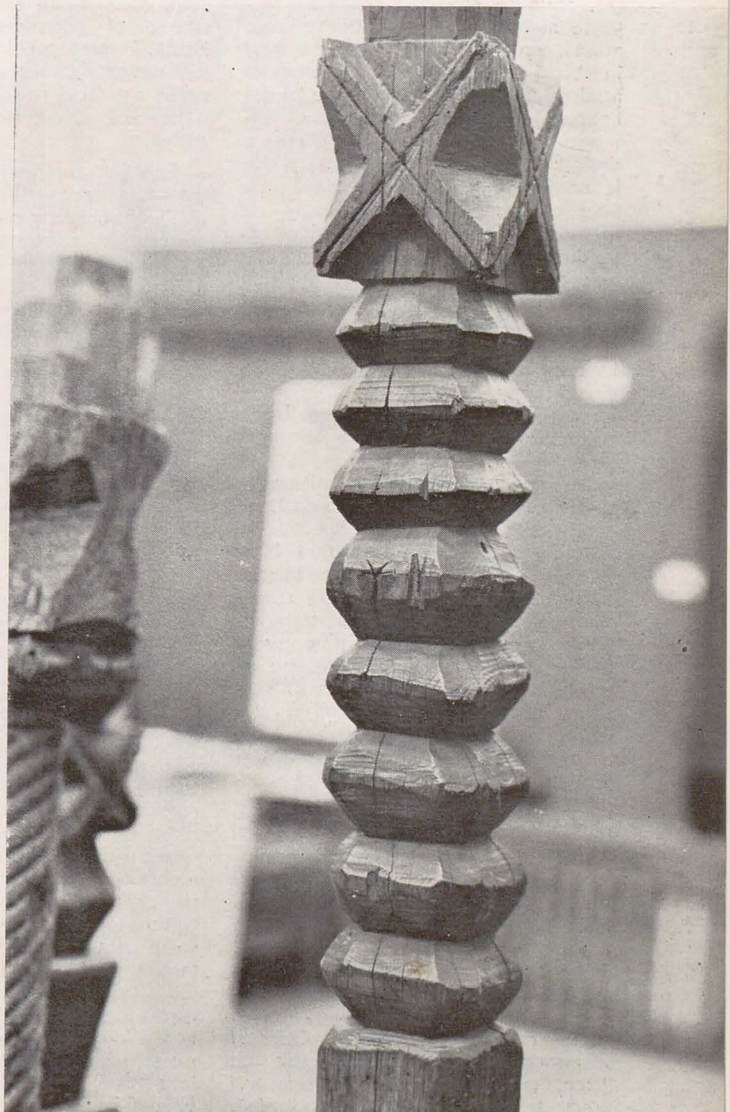
Iată, deci, cum arta populară a premers într-un fel designului, sau cel puțin a recurs la procedee similare acestuia, dacă nu cumva se poate afirma invers, că designul seamănă cu arta populară în anume aspecte ale proiectării, producerii și desfacerii. Nu este vorba de stabilirea de anteriorități cronologice, ci de sublinierea unor similitudini dacă nu identități, ținînd, poate, de manifestarea unei aceleiași imaginații creatoare, general umane, exprimată în condiții tehnologice diferite dar răspunzînd la aceeași fundamentală nevoie, iarăși, general umană, de varietate, de diversificare, fugind de repetiția care înseamnă în fond însingurarea.

În acest punct al curbei de la artă populară la design se poate observa, cu neașteptată bucurie, că de fapt ne aflăm pe o spirală, designul dînd naștere, în condițiile extremei personalizări a producției, la o nouă «artă populară», în sensul producerii unei interminabile game de obiecte ce pot juca rolul artei populare «clasice»: ambalajele, etichetele, formele și culorile T-shirt-urilor, căștile motocicliștilor, skiurile, vesela, automobilele, țigările, sticlele, hainele, afișele, reclamele, tot și toate sînt produse nu numai pentru împlinirea unor nevoi utilitare ci și pentru evidenta plăcere a simțurilor, așa cum de atîta vreme arta populară făcea. Totul este în funcție de preț și rentabilitate, industria poate produce orice grație designului computerizat, singurele limite fiind vandabilitatea și fantezia designerilor, ambele inepuizabile în fond.

Pentru că arta populară a zilelor noastre nu trebuie căutată în reînvierea formelor clasice, atît plastice, cît și coregrafice, care nu sînt în fond decît «arheologie etnografică», ci în manifestările specifice contemporane, cum cu dreptate însemna Jean Cuisenier, directorul Muzeului de arte și tradițiuni populare din Paris, în *L'art populaire en France*, 1975, folosind această «artă populară» nouă, materii prime noi, tehnici noi, însemne decorative noi. Am pus «artă populară» între ghilimele pentru a desemna pe cea de azi, neavînd noi corespondențe exacte pentru «Folk Art» și «Popular Art», în engleză, sau pentru «Volkskunst și «Volkstümliche Kunst» în germană sau chiar pentru «Art populaire» și «Art rustique», în franceză. Dar nu de un război terminologic este vorba ci de înțelegerea noii realități a existenței unei arte populare contemporane care, pe plan mondial, poate fi pusă pe seama noului design, nu identificîndu-se cu el, dar, probabil, putînd fi considerată un produs secundar al designului





1. Stîlp șerpuit cu capitel
2. Masă din zona Branului
3. Scaun cu spătar din Sălașu de sus — Hunedoara
4. Vîrtelniță din Berhești — Maramureș
5. Scaune din Moldova
6. Piuă din Curtișoara — Gorj, unicat mai mult produs al naturii, nereproductibil în design computerizat
7. Masă din Maramureș
8. Stîlp cu « măr », operă a unui meșter oltean, posibil a fi remodelat cu un computer

«un sistem creator de stări de creativitate»

convorbire: catinca ralea — paul bortnovschi

Catinca Ralea: *Designul mi se pare a fi o disciplină introdusă mai tîrziu la noi decît în alte părți sau poate că «făceam proză fără să știm», dacă stăm și ne gîndim la arta populară. Elementele casnice ale caselor de la țară care sînt atît de frumoase — nu sînt ele oare o formă de design tradițional?*

Paul Bortnovschi: Așa cred și eu. Dar designul industrial peste tot în lume a apărut tîrziu față de fenomenele revoluției industriale. O conștientizare a necesității unei intervenții coerente în modelarea lumii de forme pe care le produce industria s-a petrecut practic în perioada «Bauhaus», deci în anii '20—'30 și decantat, ca profesiune, chiar după război, fenomenul clar petrecîndu-se în țările anglo-saxone. Or, întîrzierea aceasta a lăsat sechele, a creat stări anormale și acolo. Acestea mai au reverberații și astăzi, o lume modelată inteligent coexistînd cu o lume întîmplătoare.

— Chiar întîmplătoare?

— În mare măsură da. La noi, situația este puțin diferită. La acea întîrziere se adaugă o anumită inerție, anumite ezitări în ceea ce privește amorsarea într-un domeniu ca acesta, școlile noastre de artă fiind în bună parte axate pe modelul academic și avînd destul de puțin contact cu Bauhaus-ul, în fond fermentul principal de decantare a designului. Or, întîrzierea asta a dus la un fel de panică a întîrzierii; nu s-au găsit modalitățile concrete de introducere a designului în rapida dezvoltare a proceselor industriale. La noi, rapiditatea dezvoltării fiind evidentă, încercările de a prinde acest tren din urmă au fost adesea ratate și aș spune că și actualmente avem încă de cucerit teren și o cale de dezvoltare.

Eu am cîteva motive cu care lucrez și între ele se află o referire frecventă pe care o fac la relația între arta moștenită, arta formelor, tradițională, și ceea ce ne propunem astăzi. Și chiar acest raport diferențiază în lume școlile de design dintr-o țară întralta, în funcție de contextul în care s-au dezvoltat și de modelele culturale pe care se grevează designul. Or, noi, cum știm foarte bine, avem folclor care mai supraviețuiește și astăzi. Avînd acest folclor viu, surprins încă în zona existenței rurale, condițiile unei amorsări a designului ar trebui să fie bune. M-aș referi din această perspectivă la țările scandinave. Țările scandinave au o conjunctură specială . . .

— Da, dar în Finlanda, de exemplu, n-aș putea spune că este nici total urbană, nici total rurală, există un mod foarte fericit al naturii de a fi pătruns în orașe. Și a pătruns cu totul. Adică orașele sînt o prelungire a naturii. Și designul în Finlanda am impresia că este tot legat de natură. Ca și casele și arhitectura. Chiar și elementele din care construiesc ei, lemn, cupru și piatră, sînt cele trei elemente pe care le au la îndemînă, și am impresia că și designul are aceeași caracteristică.

— Așa e, dar relația foarte aplicat vorbind nu este legată atît de existența unei civilizații urbane cît de existența unor meserii, unor bresle organizate, a unor meserii care au creat posibilitatea unei conjuncții cu activitățile industriale. În țările scandinave existența meseriașului printr-o activitate continuă și, să spunem, o comandă continuă, a făcut, face ca astăzi să nu apară o efectivă discontinuitate între designul artizanal și cel industrial. Un scaun, de pildă, nu știi dacă a ieșit dintr-un mic atelier meșteșugăresc sau dintr-o fabrică.

— Ce se întîmplă la noi? Cum se explică discontinuitatea?

— Explicația trebuie căutată în faptul că meseriile noastre urbane n-au avut o structură atît de definită, cu o tradiție atît de îndelungată ca meseriile rurale, care au dus la acele superbe modele pe care le găsim în folclorul uneltelor.

— Și transformarea satului în oraș s-a făcut foarte repede în anumite regiuni. De aici cred eu că s-a produs, din păcate, șocul «pătrunderii nailonului la sate», al pătrunderii unor lucruri kitsch în arta populară, care nu sînt nici design nici altceva. La noi urbanizarea s-a făcut rapid și poate că asta a fost unul dintre motivele gustului în derivă.

— Există un traumatism efectiv provocat — în genere — de revoluția industrială. La noi, acesta e — găsesc eu — mai evident din cauza rapidității proceselor de dezvoltare. Interesant e că am găsit, căutînd în diferite materiale, o expunere a unui profesor japonez, șeful unei școli de design, care remarca un lucru și anume că Japonia are o situație privilegiată în contact cu cultura europeană a epocii industriale prin expresia mai esențializată a formelor, începînd cu arhitectura. Elementul portant separat de elementul de umplutură al pereților, de pildă, l-a făcut pe Le Corbusier să poată găsi niște echivalențe directe ale gîndirii lui, ale criteriilor lui în folclorul japonez. Și asta e valabil în toate domeniile. Ce constata profesorul japonez? Că deși japonezii sînt în această situație foarte favorizată, el în școala lui trebuie să facă în primul an de învățămînt, de design, o dezintoxicare a japonezului, și el flatat de kitsch și de ceea ce s-ar putea numi sub-produsele culturii industriale. Or, în general, eu consider că este vorba de o criză a criteriilor. O tulburare a criteriilor care au existat de mii de ani în elementele ordonatoare ale existenței și ale creației populare și care au fost tulburate de șocul industrial și de șocul urban. Revenind la situația din țara noastră, populația orașelor este constituită în bună parte din oamenii care au trecut direct de la existența rurală la existența urbană. Iar oamenii nu știu cum să-și adapteze existența la această nouă modalitate. De aici vine chiar și un fel de jenă față de elementele care constituiau mediul ambiant al culturii rurale dinainte și care, fiind superbe, nu sînt totuși apreciate de oamenii din cauză că vechile criterii au fost tulburate. Or, aceste criterii ar trebui re-introduse. După părerea mea designul nu este în ultimă instanță decît o reîntoarcere la bunul simț și la adevărul fundamental. O reinstaurare a criteriilor.

— O reechilibrare . . .

— Da, un sistem care reintroducînd criteriile valorice creează în fapt o stare de creativitate. Recîștigarea criteriilor creează o disponibilitate, o capacitate de creație care ar trebui să se petreacă în masă așa cum s-a petrecut în folclor, la nivelul întregii societăți. În cultura rurală exista această stare de creativitate și de potență — femeia își țesea rîurile pe ie, în timp ce bărbatul tăia lemnul cu barda sau cioplea. Aici e vorba de lucruri obișnuite. Aproape că fiecare om era în stare să gîndească artistic și coerent. Or, în societatea industrială s-a creat deodată o separare prin specializarea oamenilor; produsele nu mai sînt «produse» de un om ci de colectivități. Nu se mai cunoaște cel care concepe un produs, acesta nu-și cunoaște destinatarul, nu are mijloacele de a face conexiunile intermediare.

— Această istorie a designului reprezintă — și de asta e foarte interesant — ea reprezintă într-o oarecare măsură și istoria evoluției societății omenești în general. Mă refer la mentalitate, chiar la dezvoltarea fizică a satelor care se transformă în orașe. Cred că este foarte important, ziceam, să existe, să se creeze o legătură: întîi a fost arta populară, milenară, și care s-a dezvoltat de-a lungul unei epoci foarte lungi, după aceea a venit șocul industrial, omul fiind atras de o formă nouă de civilizație. Cum vedeți evoluînd mai departe acest proces — sau în ce fază credeți că ne aflăm acum? Poate că aveți o viziune pesimistă . . .

— Nu. Eu sînt foarte optimist, cu condiția să acționăm. Este nevoie de acțiune fiindcă procesele sînt, cum spuneam, atît de rapide, atît de ireversibile și atît de responsabile încît trebuiesc acțiuni. Părerea mea este că o soluție pentru promovarea designului și pentru promovarea coerenței și a unei îmbunătățiri a calității vieții, de care vorbim adesea, este întreprinderea unui amplu program de educație care se cheamă «educație vizuală». Nu s-a găsit un alt termen, pornind de la Bauhaus, pentru asta. E vorba de un amplu program de educație în masă, de introducere a acestor criterii de care vorbeam. Mie mi se pare foarte posibil. Am reflectat destul de mult, am făcut și propuneri pentru instituirea unui corpus de criterii care să fie aplicat și introdus pe multiplele căi . . .

— Chiar și prin televiziune!

— Evident. Și prin învățămînt. Am propus chiar declanșarea unei campanii concentrate, întreaga acțiune fiind ritmată pe perspectivele unor planuri cincinale, declararea unui «an al culturii vizuale» în care să se întreprindă acțiuni convergente din partea tuturor forurilor, entităților de creatori, industrie, învățămînt, cultură. Aceasta pentru a se «infuza», concentrat și rapid, ceea ce în mod normal cere un timp de asimilare de generații. Noi avem sarcina să «scurt-circuităm», să facem rapidă această operație. Ar fi de o mare eficiență și ne-ar apropia de această aspirație a noastră de a introduce armonie — fiindcă designul ca și arta în general propune raporturi armonice existenței, introduce asemenea raporturi armonice în viața societății.

— Da, mai ales că la noi folclorul e foarte bogat, are frumuseți nemaipomenite și foarte variate de la o regiune la alta. Și e păcat să se piardă sau să nu se folosească cumva într-un fel și această calitate ca bază a unei dezvoltări ulterioare.

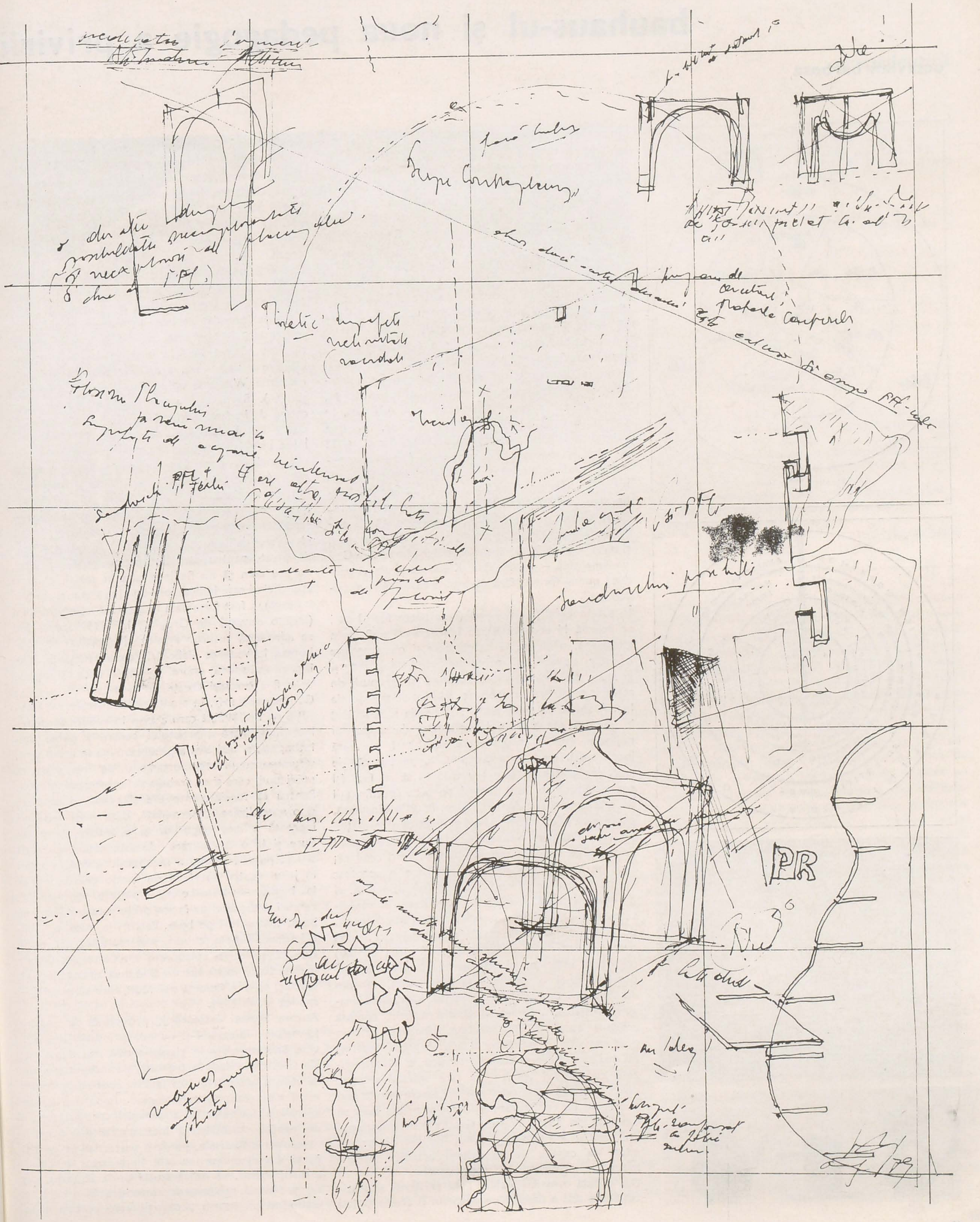
— Da, dar e o treabă foarte complicată, în bună parte din cauza unei insuficiente meditații a noastre asupra folclorului. S-au întreprins foarte multe acțiuni de colectare și de conservare, memorabile, dar în prelucrarea acestui material privit și din perspectiva utilizării s-a făcut foarte puțin. Asistăm încă la combinarea decorului cu obiecte neadecvate, așa cum, din păcate, asistăm în satele noastre la deformarea unei arhitecturi fără să apară alta.

— Și e păcat.

— Am fost cu niște profesori americani la Tîrgu Jiu să vedem sculpturile lui Brâncuși; eu nu făcusem niciodată drumul de la Rîmnicu Vîlcea pe sub munte. Și ce dezolat am fost că nu puteam să le mai arăt casele superbe pe care le învățasem la cursul de istorie a arhitecturii românești, fiindcă peste tot există această precipitată dorință de urbanizare prost înțeleasă de către cei care își fac case. Introducerea atît de necesară a confortului modern la sate nu poate justifica urîtul și confuzia artistică. Oamenii nu au «criterii» pentru a-și face case. Le-au pierdut fără să cîștige altele noi, ordonatoare, pe acelea ale designului.

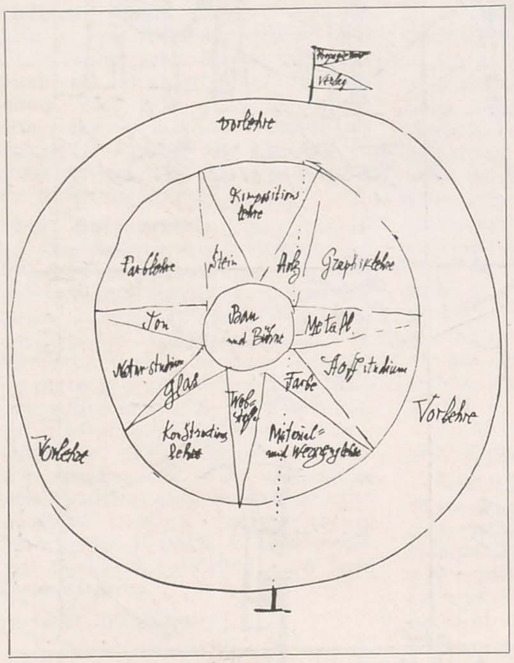
— În ultimă instanță e vorba aici de o chestiune de educație.

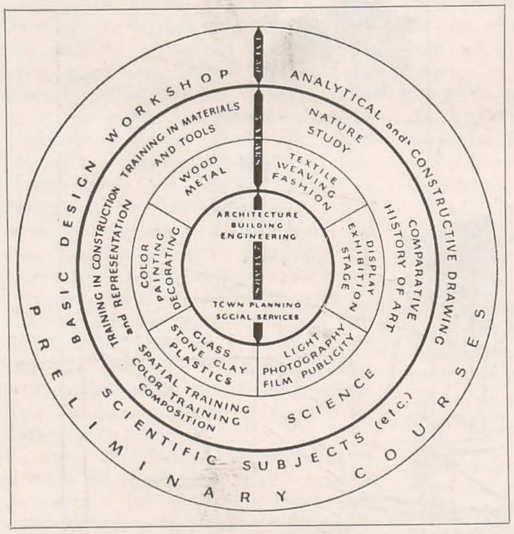
— Da, eu cred că problema designului, problema armonizării este o problemă de educație. Prin design putem educa, putem crea o stare de receptivitate și de competență. Într-o documentație japoneză am găsit un lucru care mi s-a părut extraordinar — o considerație în legătură cu societatea industrială. «În cadrul societății industriale, folclorul, creația folclorică cea mai importantă este ARTA DE A ALEGE». Efectiv! Fiindcă o industrie bine echipată produce lucruri care, evident, nu pot fi toate la un nivel egal; ea oferă obiecte, dar asocierea însăși a obiectelor — și aici ajungem însăși la cultura interiorului, asocierea, alegerea dintr-un magazin a obiectelor care se pot armoniza trebuie învățată așa cum înveți să vorbești corect.

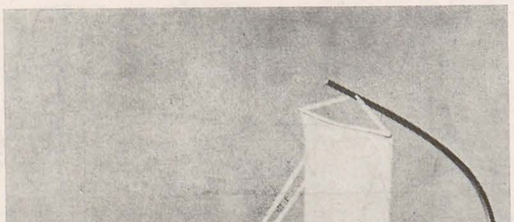


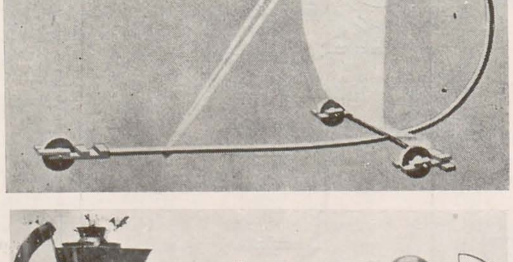
bauhaus-ul și noua pedagogie a privirii

octavian barbosa









Întrebarea dacă designul ține de artă sau de știință și tehnică, uneori luate la un loc, alteori separat, pe care și-o mai pun, încă, destui teoreticieni și practicieni, provenind și ținînd, *ei*, de un domeniu sau altul, din cele pomenite mai sus și, poate, tocmai de aceea simțind nevoia afirmării unei preeminențe onorifice (la ce le-o fi folosind !), este superfluă și trădează, în primul și în toate rîndurile, o perspectivă unilaterală în modul de a pune problema care riscă să degenereze, nu o dată, discuția, în pledoarii idolatre și anacronice. Este superfluă și anacronică, pentru că arta, tehnica și știința, înțelese fiecare la plural, nu sînt domenii incompatibile, contradictorii sau concurențiale, ci doar specifice și solidare în ansamblul procesual al evoluției istorice a civilizațiilor umane. Ele se implică și condiționează, în grade și nuanțe diferite, la un anumit nivel, circumstanțe și modalități, în condițiile tradiționale ale dezvoltării lor, în etapa preindustrială, a meșteșugurilor, dacă vreți, și la alt nivel, circumstanțe și modalități (nu spun superioare ci doar altele) ale revoluției industriale și, mai ales, ale revoluției tehnico-științifice contemporane. Am evitat cuvîntul superioritate, pentru că afirmarea superiorității, în cadrul oricărei colaborări ofensează și disciplinele, nu numai oamenii, și face mai dificilă și ineficace colaborarea. Căci « elementele — spunea Paul Klee — trebuie să producă numai forme, fără ca prin aceasta să se sacrifice ».

În aceste condiții, designul (trec peste faptul că i se acordă N accepțiuni) se învederează a fi, prin excelență, o disciplină *integratoare* și *coordonatoare* a unor domenii și profesiuni, individualități și grupuri de individualități, acțiuni și grupuri de acțiuni, ce păreau autonome și mîndre de autonomia lor. A spune că ele își pierd autonomia și specificul în această eteronomie integratoare de scopuri și mijloace este o prejudecată care mai grevează inutil colaborarea interdisciplinară, pentru că, de fapt, integrarea se face sau trebuie să se facă (și cea autentică se face) tocmai pe baza specificității fiecărei ramuri sau domeniu care, în ultimă instanță, garantează eficacitatea socială și estetică a corelației pe care designul o presupune și o dinamizează ! Prin design arta nu supraviețuiește, cum cred cei care se tem de moartea ei sau care o socotesc iminentă, pentru că nu-i mai văd (ei) utilitatea, ci își demonstrează, dimpotrivă, vitalitatea și capacitatea inepuizabilă de a fecunda mereu alte domenii, de a le sublinia coeficientul de spiritualitate, după cum tehnica nu-și remediază (ar fi prea simplu) carențele estetice, ci se realizează plenitudinar, dezvăluindu-și o apartenență mai înaltă, dincolo de sfera strictă a utilității imediate. Idealitatea imaginii artistice, infuzată obiectului tehnic, conferă acestuia aura de spiritualitate, comună, într-un grad sau altul, produselor umane. Acesta (obiectul) nu mai este *opera exclusivă a tehnicii, ci **operă** realizată cu ajutorul tehnicii*, la care spiritul creator uman apelează ca la unul din mijloacele « cele mai puternice de configurare a formelor », așa cum se exprima, în 1916, Walter Gropius, în programul său pentru « întemeierea unui institut de învățămînt, ca centru de consultații artistice pentru industrie, profesiuni și meșteșuguri ».

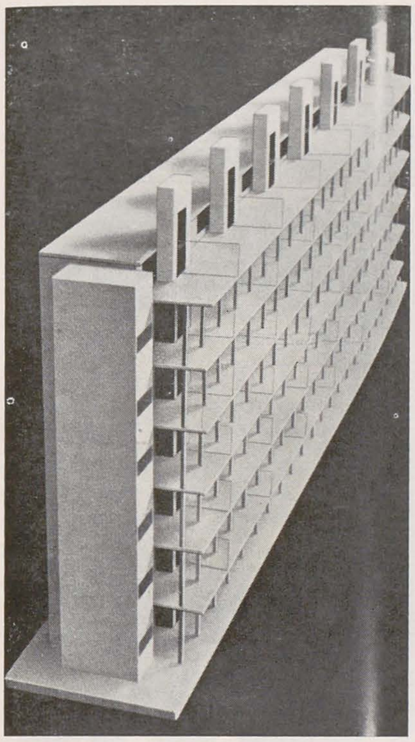
Dar o dată constituit, chiar dacă existența sa instituțională abia a depășit un deceniu, și acesta ținînd de destule dificultăți, Bauhaus-ul nu s-a limitat să fie un simplu centru de consultații. Casa Construcției a devenit, foarte curînd, ceea ce sugera cu toată claritatea însăși denumirea sa simbolică: o *Școală* care viza implicarea solidară a celor doi poli ai *creativității* văzute ca fapt individual și social: elaborarea și receptarea produsului — operă.

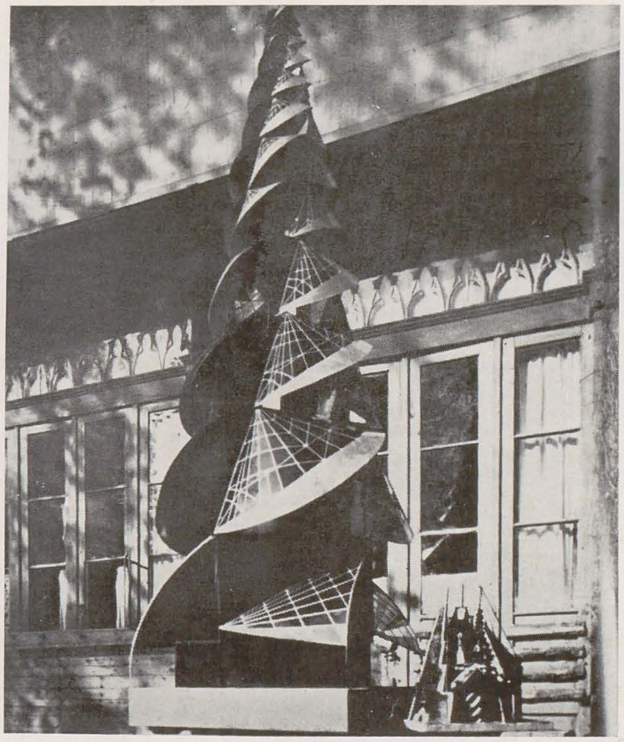
Datorită unui program științific de pedagogie a creației și a receptării, a facerii și a privirii (contemplației, care este ipostaza meditativă a privirii), program formulat adeseori în termeni patetici care contrastau, în aparență, cu raționalismul integral, răspicat afirmat în faza inițială, dar și prezenței efective a unor mari artiști, întemeietori ai artei moderne (Walter Gropius, Paul Klee, W. Kandinsky și alții), Bauhaus-ul a continuat să funcționeze ca *centru de iradiere spirituală* și după desființarea sa, odată cu instaurarea nazismului în Germania. Între umanismul raționalist pe care îl proclama cu atîta ardoare *Casa Construcției* și primatul distrugerii organizate impus de nazism era o incompatibilitate funciară.

Ideea centrală, pivotul unei complexe pedagogii, care depășește granițele școlii propriu-zise, implicîndu-se, deliberat și organizat, în social (spun deliberat, pentru că arta, într-un grad sau altul, nu are cum să nu fie implicată în social, chiar și atunci cînd este în dezacord cu el sau, pur și simplu, îl neagă), a fost formulată în termeni « tradiționali » (încă o dovadă) de Gropius, în 1919, atunci cînd se adresează tuturor artelor și artiștilor să colaboreze în vederea elaborării « construcției », cum îi plăcea să spună, operei colective, « scop și rațiune de a fi a oricărei creații de forme ».

Căci acesta a fost, în esența sa, Bauhaus-ul: o instituție de învățămînt care a avut în vedere formarea interdisciplinară a artistului pentru a putea preîntîmpina, și mai ales a predetermina în acest sens, structura unui comportament de receptare a publicului, care și ea trebuia să fie interdisciplinară. Pentru că funciarmente era și numai o scindare și o specializare, determinată, dacă vreți, evoluția inerentă a meșteșugurilor și a artelor a putut duce și la o specializare de astă dată unilaterală și mai puțin inerentă a receptării. « Vedem astăzi în jurul nostru tot felul de forme exacte, ochiul le înghite — volens-nolens — pătrate, triunghiuri, cercuri și tot felul de forme prelucrate, ca sîrme pe bare, triunghiuri pe bare, cercuri la manete, cilindri, sfere, cupole, cuburi, mai mult sau mai puțin ridicate și într-o colaborare multilaterală. Ochiul înghite toate aceste lucruri și le duce undeva într-un stomac, care le suportă mai mult sau mai puțin » — spunea Paul Klee.

Asupra acestei intoxicații, provocată de anarhia formelor, industriale și nu numai industriale, previne Bauhaus-ul, prin glasurile cele mai autorizate ale sale, chiar dacă în perioada de început și acolo se vădeau unele tributuri față de ceea ce am putea numi « naturalismul tehnologic ». Împotriva acestei anarhii a formelor și a separării producătorului de produs, manifestată încă din prima etapă a revoluției industriale, pe de o parte, iar pe de altă parte a meșteșugurilor sau, în termeni moderni, a disciplinelor, se ridică școala de la Bauhaus, dar nu profesînd recluziunea romantică în trecut, ci elaborînd un sistem pedagogic care postula *unita-*





pag. 42
1. PAUL KLEE: Ideea și structura Bauhaus-ului, 1922
2. Programul Noului Bauhaus, Chicago, 1937—1938
3. Material de studiu, jucărie, lemn, pînză, șnur, 1923—1924
4. CRISTIAN DELL: Carafă; WILHEM WAGENFELD: Sosieră; WOLFGANG RÖSSGER și F. MARBY: Cană, 1924

pag. 43
1. MARCEL BREUER: Machetă pentru un bloc de locuințe, 1924
2. JOHANNES ITTEN: «Turnul focului», model din lemn și sticlă colorată, înălțime 360 cm, 1922

« Doresc ca tinerii . . . să fie capabili să-și găsească ei înșiși drumul în toate împrejurările oricare ar fi ele, doresc ca ei să poată crea forme bune și adevărate în deplin acord cu condițiile tehnice, economice și sociale în care trăiesc și nu să le impun formule gata făcute.
Nu vreau să-i învăț dogme, ci o atitudine fără prejudecăți, originală și suplă, adaptată problemelor timpului nostru. »
WALTER GROPIUS

tea nu *separarea*, pentru că « procesul creator de modelare este un tot indivizibil » (Gropius).
Odată ajunși aici este poate cazul să reținem o definiție, din multe, unele mai restrictive și unilaterale, altele mai confuze, fără să fie multilaterale cum se vor, a designului. Personal, rețin pe aceea dată de Walter Gropius: « termenul de design cuprinde întreaga orbită a ceea ce ne înconjoară și e datorat mîinii omenești, de la cea mai simplă mobilă de toate zilele la complexul traseu al unui oraș întreg ».
Apărut aproape concomitent cu psihologia formei — Gestalttheorie — și care se diferenția total de întreaga psihologie anterioară, sistemul pedagogic de la Bauhaus situează în centrul său teoretic principiul că mediul și obiectele care îl populează, date sau elaborate de om, trebuie gîndite așa cum percepția noastră ne arată că sînt, nu izolat, ci global, grupate pe ansambluri complexe. Criteriile de elaborare a obiectelor și implicit a ambientului, cum ne place să zicem azi, sînt predeterminate de relațiile pe care acestea le întrețin, pe de o parte, unele cu altele, iar pe de altă parte cu mediul care le înconjoară și nu numai le înconjoară ci le conține în *idealitatea și naturalitatea obiectivă a structurii sale*, de rolul pe care fiecare îl deține.
Din această concepție teoretică, din criteriile pe care ea le postulează, decurge originalitatea și actualitatea învățămîntului de la Bauhaus, mai mult decît a obiectelor create în atelierele sale.
Pentru prima dată în evoluția învățămîntului artistic, nu se mai are în vedere în primul rînd asimilarea unui corpus de precepte rezumînd o întreagă tradiție, mai mult sau mai puțin eficace în noile condiții și, mai ales, mai mult sau mai puțin eficace în ce privește stimularea spiritului creator, existent nu numai în omul-artist, ci în omul pur și simplu.
Căci numai pe baza acestui dat originar al creativității, existentă virtual în fiecare individ, comunicarea artist-public este posibilă. Fiecare individ — se deduce din sistemul pedagogic care a prezidat la Bauhaus — este creator și numai incitîndu-l să descopere prin el însuși orientarea specifică a facultăților sale creatoare poate fi pus în stare de a le actualiza și dezvolta. A aminti aici tehnica socratică — maieutica — drept model, nu mi se pare o exagerare.
Poate că nu este lipsit de interes un scurt rezumat al metodelor de învățămînt, al sistemului ca atare. Fiecare elev sau student, cum vreți să-l numiți, era mai întîi inițiat în aspectele elementare ale formei și materialelor (Vorlehre). Învățămîntul propriu-zis era predat, concomitent, de un artist (Formlehre), privind partea teoretică a formei și de un meșter care asigura formarea practică (Werklehre); fiecare tehnică (piatră, ceramică, pictură ș.a.m.d.) era deprinsă în ateliere speciale. După această formare, obligatorie, ca specialist uni- sau monodisciplinar, urma admiterea studentului într-un *atelier de sinteză*, unde își desăvîrșea formația multilaterală, teoretică și științifică, asociată cu o practică în care era cuprinsă efectiv *construcția* (Baulehre). Profesori și studenți, meșteșugari și artiști, maeștri și simpli executanți, realizau astfel o comunitate de limbaj și gîndire. Urmărind dezvoltarea armonioasă a facultăților creatoare, cursurile de la Bauhaus năzuiau să-l ducă pe discipol să descopere ceea ce Moholy-Nagy numea « *centrul de gravitate biologică* », Abia după aceea, cu garanția, și ea prezumată, a eficacității, el putea încerca experiențe semnificative în domeniul, atît de vast, al creației formelor.
În timp ce Bauhaus-ul era călăuzit de intenții educative, în cadrul altor tendințe și întreprinderi de design se manifestă, și persistă și azi, preocuparea de a răspunde necesităților consumatorilor printr-o estetică rudimentară care are în vedere doar valorificarea comercială, impropriu numită socială, pentru că socialul implică sau trebuie să implice, întotdeauna, educaționalul. Nu odată, în cadrul societății de consum, și nu numai al ei, s-a crezut necesar să se apeleze la design pentru menținerea pe piață a unui produs doar prin ameliorări estetice exterioare. Problema nu este de a pune publicul în fața alternativei: produs funcțional bun dar esteticește urît (ceea ce este, oricît ar suna de paradoxal, o contradicție în termeni), și între un produs esteticește frumos, expresiv, dar cu funcționare rudimentară (ceea ce iarăși este, eufemistic vorbind, un al doilea paradox); și într-un caz și în celălalt este vorba de trișare. Or, dacă nu se trișează cu ideile și cuvintele nu se trișează nici cu obiectele, care, la rîndul lor, sînt și ele instrumente ale comunicării interumane.
Dacă viitorul designului depinde de o mai bună informare și formare a publicului, el depinde, în egală măsură, de o mai bună și esteticește exactă formulare a cererii (comenzii sociale). Designul este chemat să-i ajute pe producători și consumatori. Pe primii să nu supraliciteze consumul, printr-o idolatrie a obiectelor, iar pe cei din urmă să știe să reziste mai bine presiunilor, solicitărilor, susținute de reclama comercială a societății de consum. Din această perspectivă, prin faptul de a fi inițiat o nouă pedagogie a privirii și a expresiei (nu știu care termen trebuie scris întîi), operînd, concomitent, la nivelul creatorului de forme, al producătorului de bunuri și al consumatorului, adică al publicului, Bauhaus-ul marchează o etapă decisivă în evoluția concepțiilor despre artă în secolul XX. Și nu numai atît. Actualitatea principiilor și soluțiilor cuprinse în sistemul său de învățămînt ni se arată astăzi ca o mare anticipație.

design la liceul de arte plastice «n. n. tonitza»

fișier

clasa prof. Al. Călinescu-Arghira

Temele de lucru — colective și individuale — se stabilesc în cadrul orelor de proiecte; ele sînt propuse de către profesor sau elevi, sînt discutate în clasă, iar cele mai interesante — adoptate ca ipoteze de lucru.

Fiecare temă de proiect se elaborează pe baza activității prealabile, practice (marketing), a elevilor.

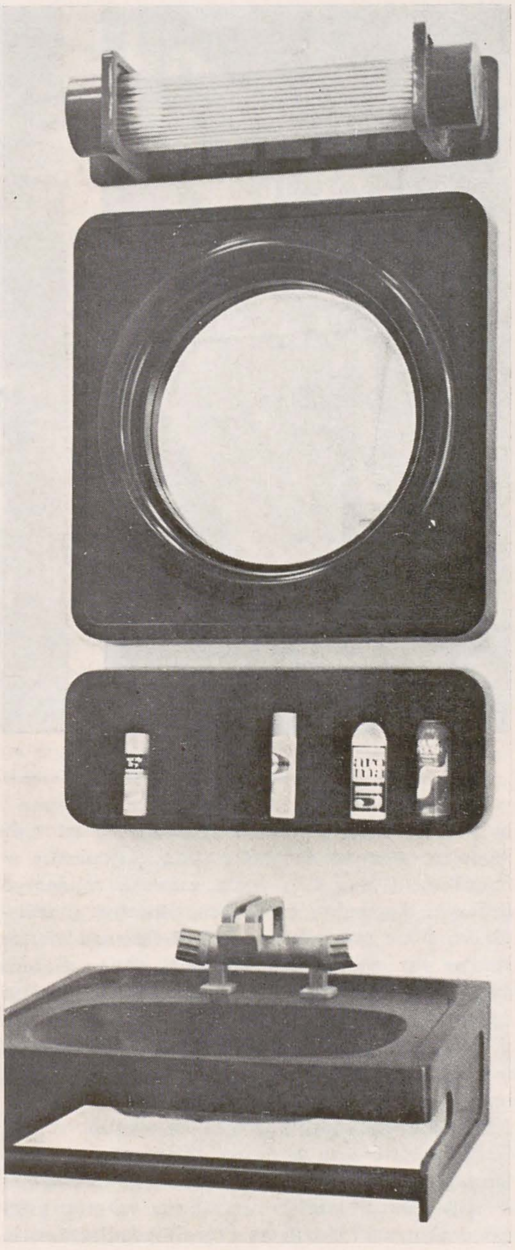
La alcătuirea proiectelor sînt luate în considerare:
— suma reperelor de pornire;
— cerințele specifice ale pieței;
— problemele tehnice puse (pentru obținerea de calități tehnologice îmbunătățite sau noi);
— probleme privind materialele folosite și caracteristicile lor
(inclusiv problema înlocuirii celor curent uzitate);

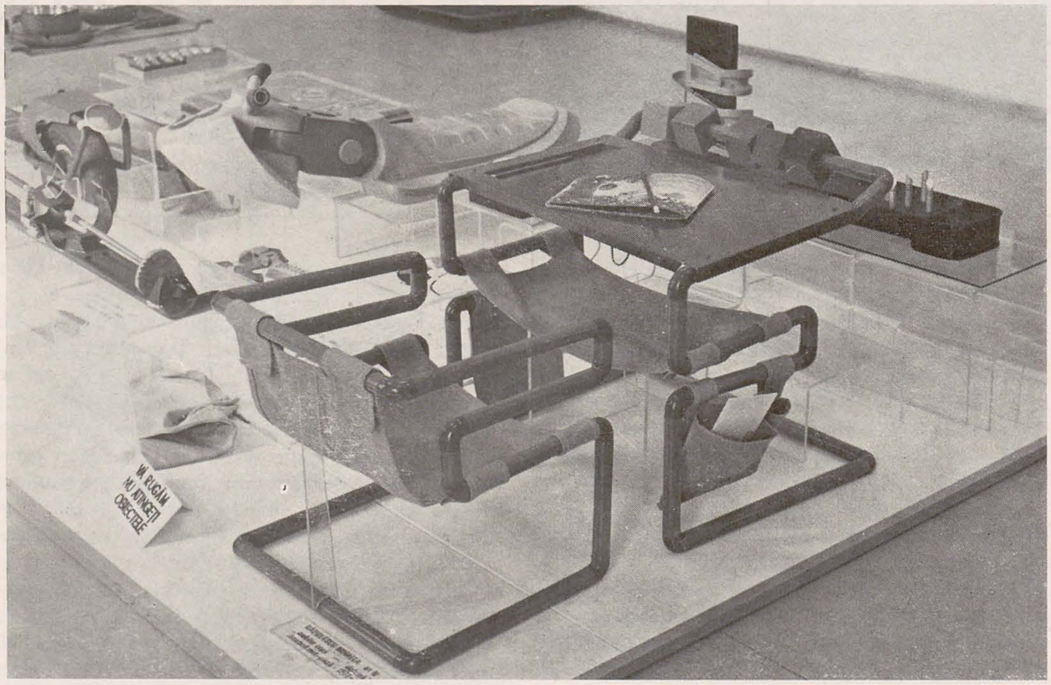
— probleme economice de producție (scăderea prețului de cost, simplificarea rentabilă a etapelor și proceselor de fabricație ș.a.).

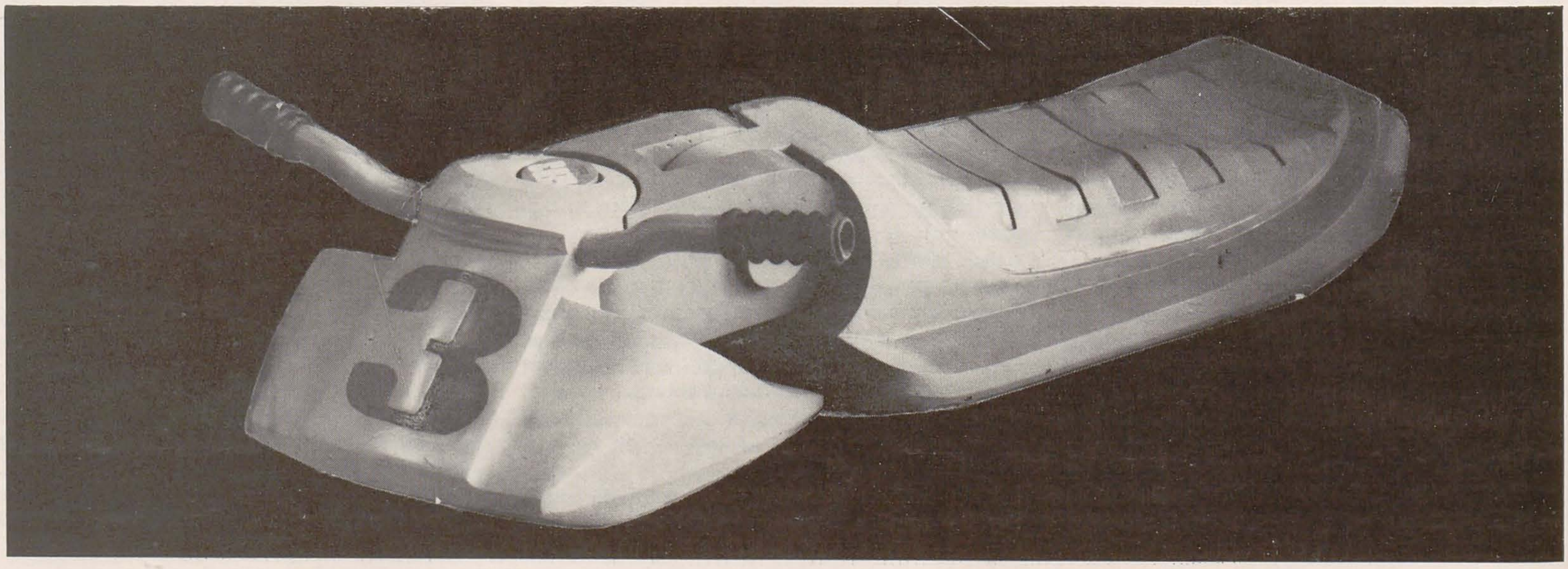
Prototipul realizat este discutat la nivelul clasei, iar rezultatele interesante obținute — folosite în lucrările viitoare.

În ilustrație proiecte în faza de machetă expuse în cadrul expoziției liceului « N. N. Tonitza » (Secția design):

1. Mobilier pentru copii, structură aluminiu-pînză, Mihaela Rădulescu, anul IV, 1977—1978, lucrare de diplomă
2. Elemente echipament pentru o cameră de baie (a. Corp iluminat, poliester-sticlă, Mihaela Petrescu, anul II, 1977—1978; b. Oglindă și poliță, poliester, Mirela Moldovan, anul IV, 1977—1978, lucrare de diplomă; c. Lavoar, poliester, Sorin Georgescu, anul III, 1977—1978; d. Baterie pentru lavoar, fontă emailată, Cristian Dinculescu, anul III, 1977—1978)
3. Bob dublu articulat pentru preșcolari, poliester și fibre de sticlă, Sorin Georgescu, anul IV, 1978—1979, lucrare de diplomă





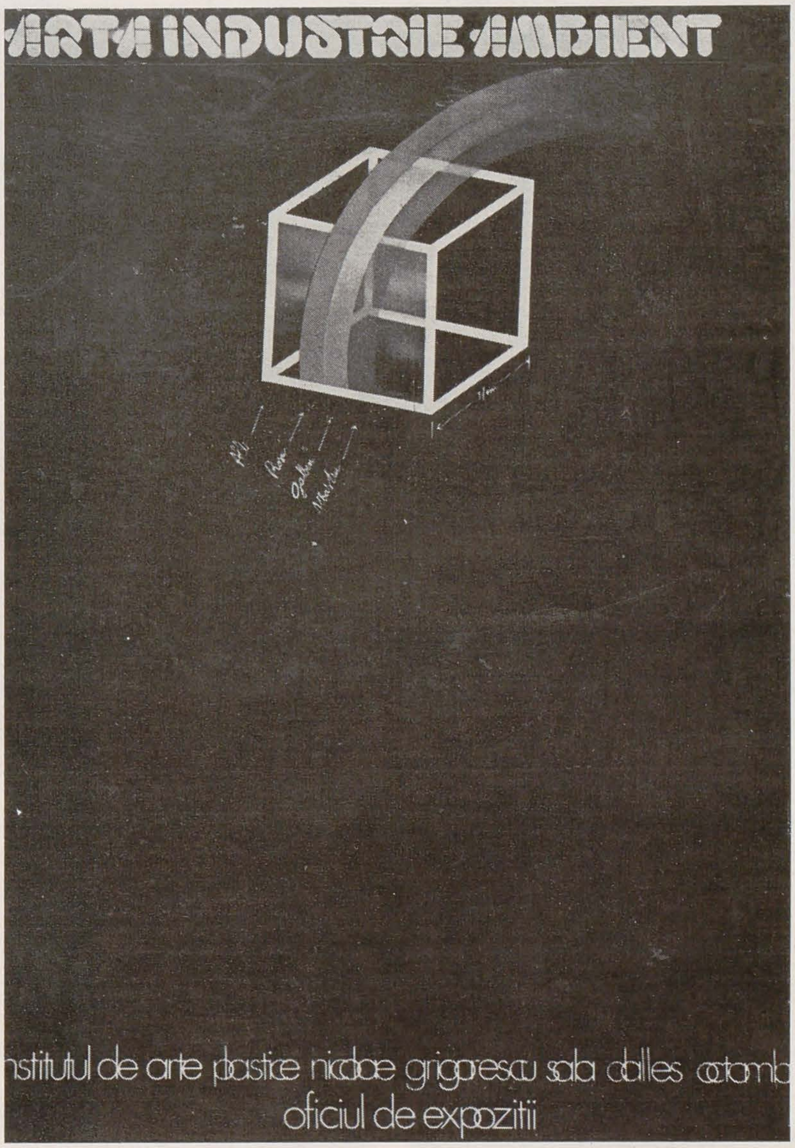


depășirea funcționalului

octavian barbosa

« Dacă de la început formele vaselor de lut ars vor fi fost gîndite și realizate *exclusiv* (s.n.) în funcție de nevoia ca ele să asigure posibilitatea de a păstra o cantitate oarecare de lichid, destul de curînd multe din vasele diferitelor culturi neolitice vădesc grija pentru realizarea unor forme armonioase, cu siluete elegante, care nu mai decurg *în chip necesar — și exclusiv —* din însăși destinația lor » (s.n.). Deci, la un moment dat al evoluției civilizației omenești, forma lucrurilor produse de om nu mai este determinată sau, mai bine zis, predeterminată, în chip necesar și mai ales exclusiv, de funcția pe care acestea sînt chemate să le îndeplinească. Citind rîndurile de mai sus am putea spune că, *mutatis mutandi*, problema fundamentală a designului — depășirea funcționalului pur — este destul de veche, ea coboară pînă în preistorie.

Dacă vasele de lut ars, la care se referă arheologul Vladimir Dumitrescu în cartea sa *Arta preistorică în România* (căci de acolo am luat citatul), nu ar fi răspuns decît unei utilități imediate, interesul pentru ele ar fi încetat odată cu apariția altor obiecte mai perfecționate din punct de vedere funcțional. Faptul că lucrurile nu s-au petrecut așa, că prezența lor din arsenalul domestic nu a dispărut niciodată ci doar (în cazurile fericite) ca să ia drumul muzeelor în calitatea lor, de artă de astă dată confirmată, de *bunuri spirituale* provenind din sfera bunurilor materiale, se datorează tocmai criteriilor de ordin estetic care, în mod *implicit*, au prezidat, din cele mai vechi timpuri, demersurile, *explicit* utilitare, ale omului. Mai mult, sociologia culturii arată că, de multe ori, funcționalitatea estetică (deci spirituală) a obiectelor și uneltelor, oricît de nedeclarată ar fi ea și, poate cu atît mai mult cu cît este mai puțin afirmată, este capabilă să prelungească funcționalitatea lor utilitară, că ființa umană comunică cu obiectele și, pe această bază, apelează la ele în primul rînd de dragul frumuseții lor, bineînțeles atunci cînd aceasta nu este întru totul gratuită și, mai ales, nu contrazice în mod flagrant valoarea lor de întrebuințare. Ceea ce nu se întîmplă decît în timpurile moderne, cînd, în cadrul unor curente precum dadaismul, de pildă, esteticul ca și utilul sînt luate, concomitent, în deriziune. Faptul, simptomatic pentru o anume societate și un anumit timp, confirmă indirect, chiar dacă retroactiv, cele afirmate mai sus. Este ca o reacție anticipată la evoluția ulterioară a societății de consum, în cadrul căreia esteticul ca și utilul sînt invocate doar demagogic, căci aceste criterii — resorturi majore ale activității umane — nu sînt în realitate decît pretexte ideologice pentru o nouă superstiție, aceea a « producției pentru consum și a consumului pentru producție » în sine. Această supralicitare reciprocă artificială nu este străină de impasul moral, nu numai economic, al societății de consum. Obiectele produse sub semnul acestei ideologii, în cadrul căreia valorile estetice, deopotrivă cu cele utile, în loc să se sprijine, se atrăgeau reciproc în capcană, nu au luat drumul muzeelor ci, foarte curînd, al cimitirelor de obiecte. Odată falsa lor utilitate divulgată, esteticul nu le-a mai putut prelungi viața decît pe drumul, și el simptomatic, al artei brute sau nici măcar atît.

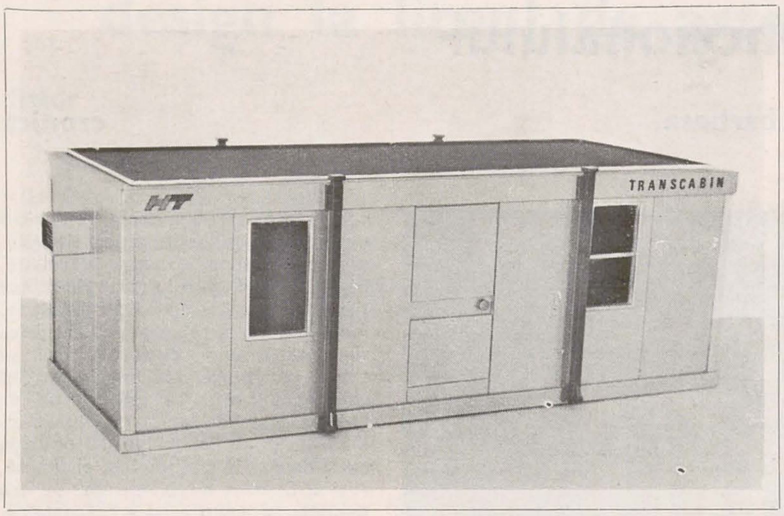


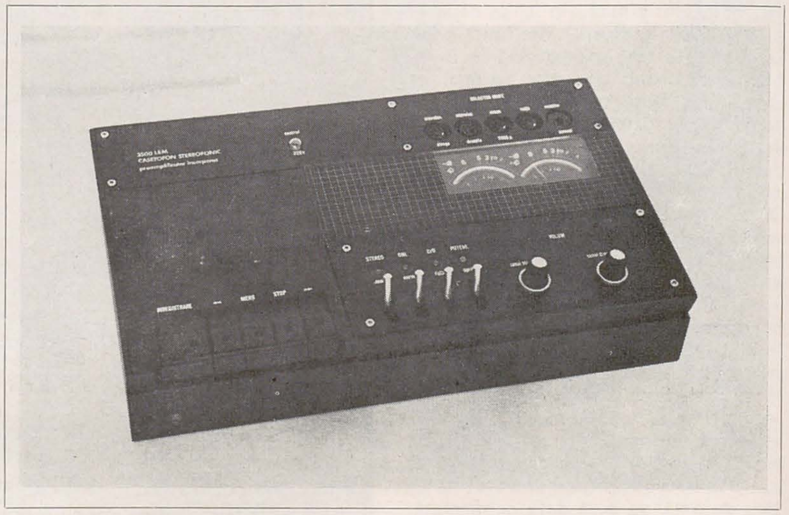
1. SERGIU GEORGESCU: *Afișul expoziției*

De ce am amintit toate acestea în fața unei expoziții intitulată, pe cît de sugestiv, pe atît de responsabil: *Artă — industrie — ambient?* În nici un caz pentru a insinua prezența unor atari primejdii, de unde nu rezultă, neapărat, excluderea eventualității lor. Inutil să descriem și să comentăm, subliniind valoarea deosebită a modelelor (căci fiecare exponat se vrea un model) și numai faptul că activitatea de design este, la noi, în ciuda atîtor declarații de principiu, într-un stadiu incipient, face ca unele soluții să apară ușor desuete. Mai mult sau mai puțin deosebită, și de la caz la caz, această valoare există. Faptul că designul constituie o expansiune socială a artelor plastice este sugerat cu destulă claritate. Faptul că între artă — industrie și ambient — există o relație dialectică de interconditionare este iarăși sugerat. Nici spațiul, nici timpul, nici exponatele-modele nu sînt suficiente pentru o demonstrație a ceea ce este, a ceea ce poate și, decurgînd de aici, a ceea ce trebuie să fie designul în contextul civilizației noastre. Mai mult decît în oricare altă expoziție un *catalog — program* teoretic și de acțiune, ținînd de pedagogia școlară propriu-zisă, ca și de cea socială, era necesar și, cunoscînd capacitatea *deosebită* a secției de design a Institutului « Nicolae Grigorescu », absența sa nedumirește, ca o evidență care devine, brusc, invizibilă. Cele trei concepte pe care expoziția, în spiritul unei « ecologii estetice » a timpului nostru, le pune din nou în relație, își revelează fiecare în parte dubla sau tripla ipostază: arta ca industrie, industria ca artă iar ambientul ca simbioză a celor dintîi. Autorii au ținut să spună ambient vrînd să sublinieze faptul că este vorba de mediul creat de om cu ajutorul industriei și al artei. Nu în opoziție cu natura ci în prelungirea ei umană. Aici ar fi multe lucruri de spus pentru delimitarea mai precisă a conceptelor, a razei lor de acțiune, a punctelor de interferență, a conlucrării lor interdisciplinare, nu numai cu cele numite, ci și cu multe alte nenumite sau indirect numite (ca psihologia, sociologia, biologia, ecologia propriu-zisă etc.). Aproape fiecare din modelele-exponate propune un punct de vedere, o soluție demnă de luat în seamă în procesul de constituire a unei școli naționale de design care să cultive, în spirit și în noile condiții ale revoluției tehnico-științifice contemporane, vocația integratoare artei populare românești, demonstrată de-a lungul veacurilor. Este adevărat, unele soluții au aerul că țin încă de revoluția industrială, nu de cea tehnico-științifică, ceea ce este cu totul altceva. Dar faptul nu arată decît că designul românesc se află încă la început, că practica sa nu este generalizată, că legătura dintre artă și industrie este mai mult teoretic afirmată, că între cele două discipline se manifestă uneori momente concurențiale, tendințe de preeminență, care, toate la un loc, nu indică altceva decît o insuficientă cunoaștere reciprocă.

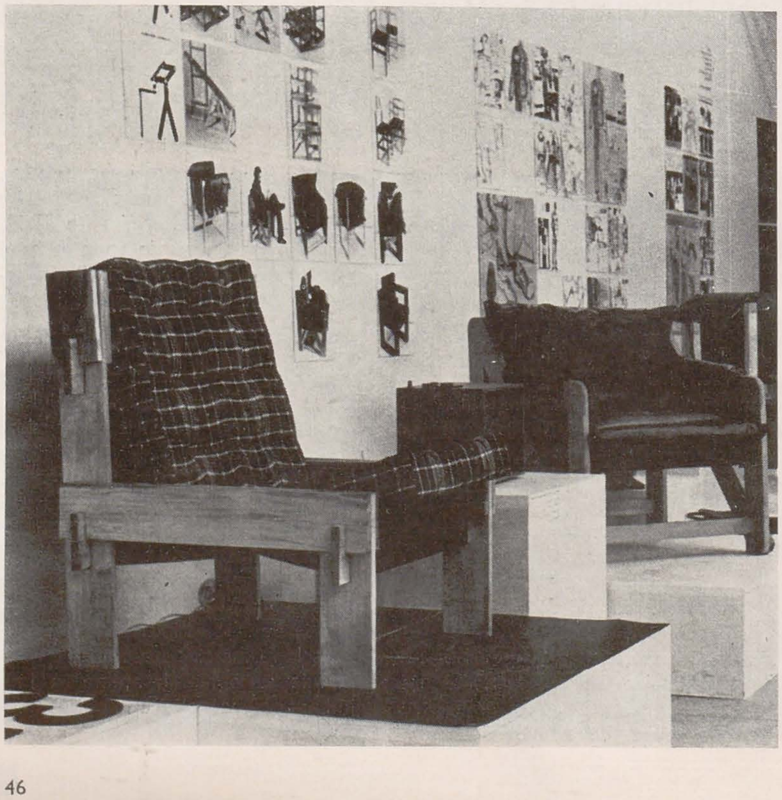
Pentru a se afirma în cadrul industriei, ai impresia uneori că arta cedează, renunță la specificul său, se industrializează, în loc să-și afirme specificul în noile condiții, să spiritualizeze tehnica, nu să se tehnicizeze. Mai rare, cazurile de naturalism tehnologic persistă: dar ele nu sînt semnificative și dătătoare de ton. Pe acest teren nu-i de mirare că tendințele de calofilie a obiectelor, aproape o idolatrie a lor, se mai fac simțite. Dar, repet, toate acestea nu sînt determinante. Determinante sînt încercările temerare de cunoaștere și apropiere a domeniilor și disciplinelor, de subliniere a necesității colaborării lor.

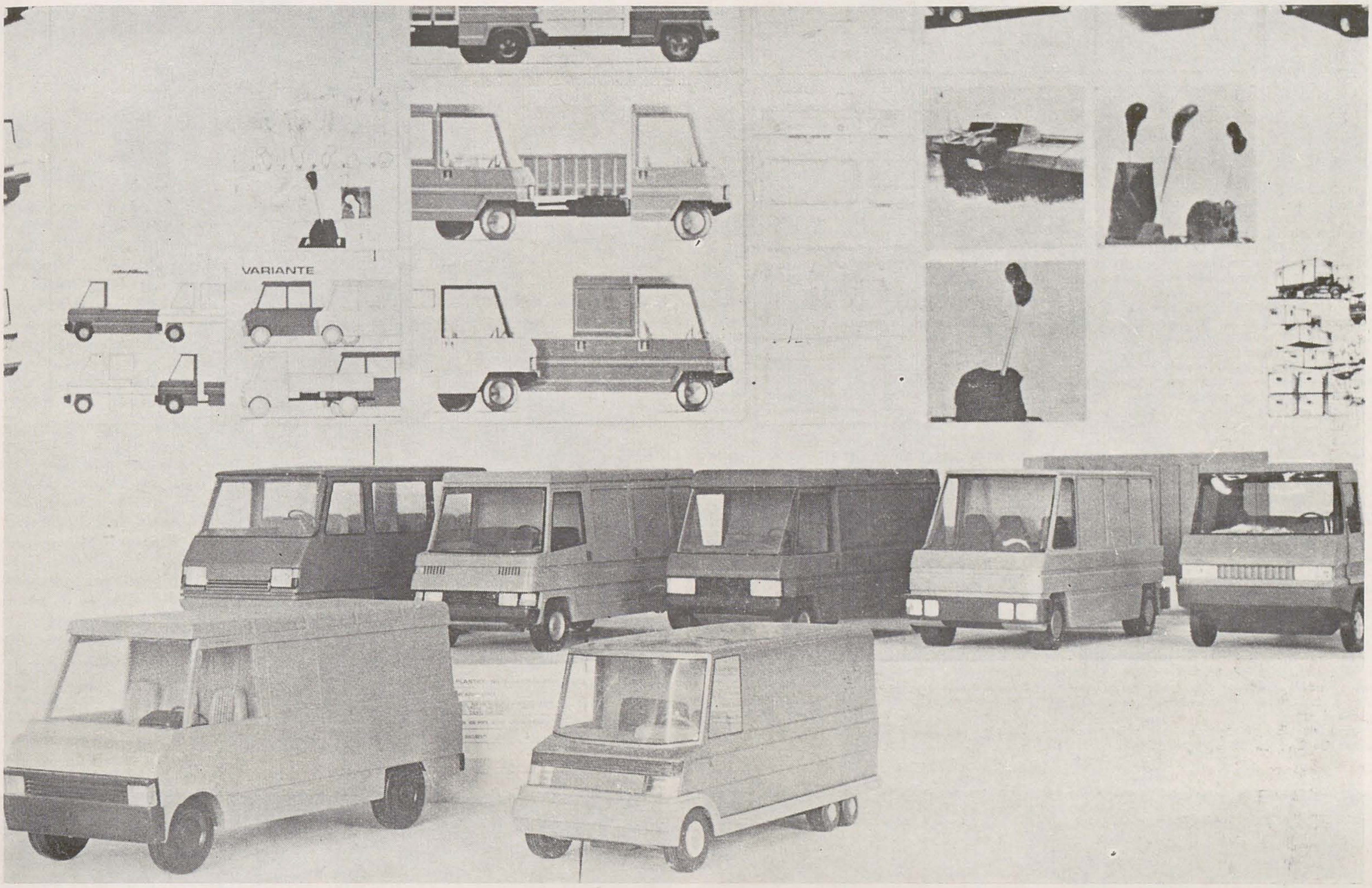
Există toate datele ca o expoziție-dezbatere, în care să fie explicit inclusă arhitectura, muzica și celelalte arte, să se organizeze cît mai curînd. Secția de design a Institutului de arte plastice « Nicolae Grigorescu » a dovedit cu prisosință că își poate asuma responsabilitatea ei. Teza lui Tudor Vianu potrivit căreia « arta ridică reprezentarea la forma sa necesară » ar putea fi completată cu ceea ce de fapt ea implică, *și obiectul*. Ajuns la forma sa necesară este neîndoielnic că obiectul, asemenea imaginilor artei, va solicita în permanență privirea.

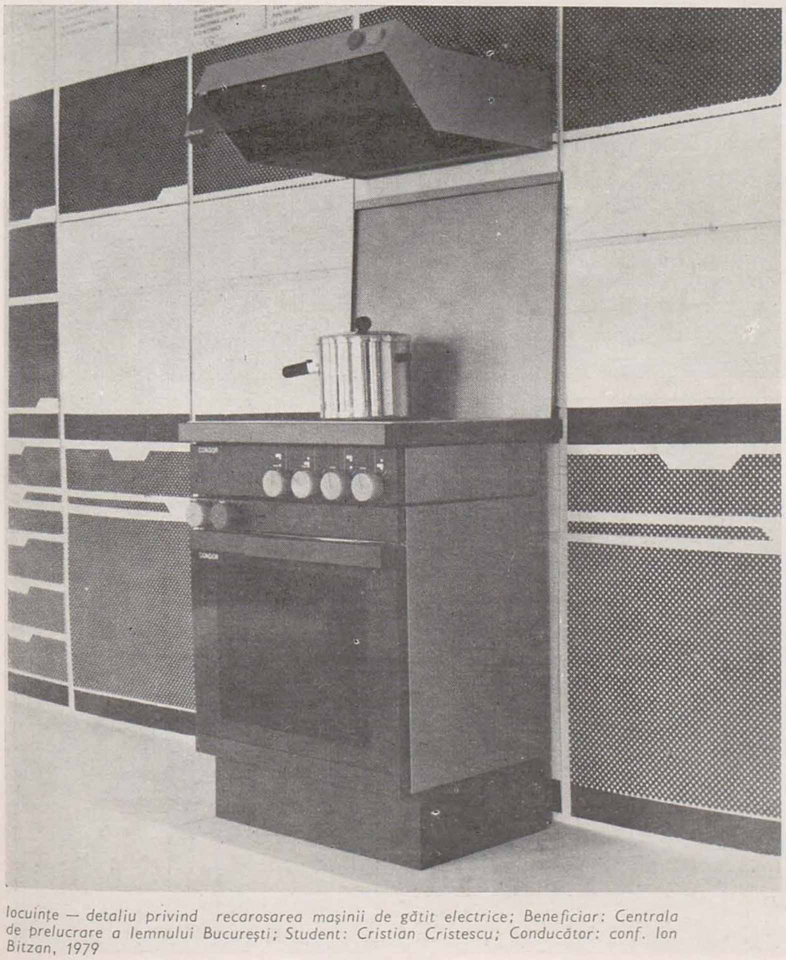


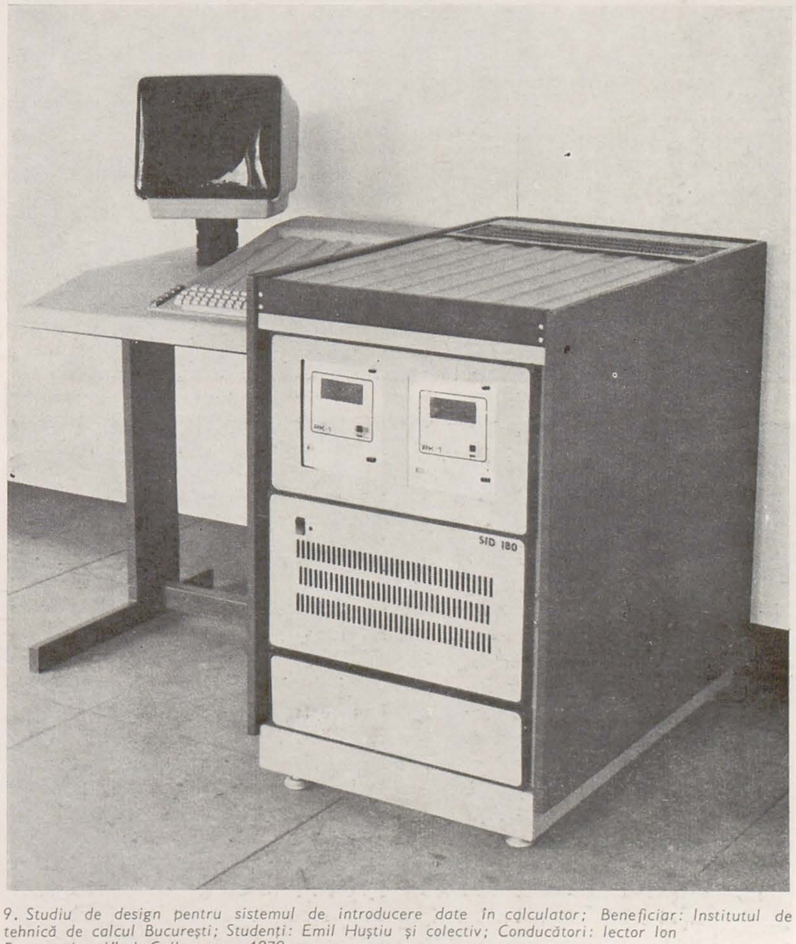


1. Studiu de design pentru locuințe de șantier « Transcabin »; Beneficiar: Ministerul construcțiilor industriale; Student: Beleznai Gabor; Conducător: asist. Vlad Calboreanu, 1979
2. Studiu de design pentru cabina autocombinei « Gloria » C12; Beneficiar: Întreprinderea « Semănătoarea » și Consiliul național pentru știință și tehnologie; Studenți: Viorel Alexa și colectiv; Conducători: lector Ion Popa, asist. Vlad Calboreanu, 1979
3. Studiu de recarosare a autoutilitarei de 1,5 tone; Beneficiar: Întreprinderea « Autobuzul » București; Student: Adrian Pojoga; Conducători: lector Ion Popa, asist. Vlad Calboreanu, 1979
4. Studiu de design pentru casetofon stereo; Beneficiar: Întreprinderea « Tehnoton » Iași; Student: Alexandru Nestor; Conducător: lector Ion Popa, 1979
5. Mobilier pentru locuințe; Beneficiar: Centrala de prelucrare a lemnului București; Studenți: Mihaela Avram, Dan Velescu; Conducător: asist. Vlad Calboreanu, 1979
6. Detalii din studiu de design pentru fundamentarea politicii economice în domeniul echipamentului pentru locuințe: doze condimente, servicii cafea, serviciu de masă, vase decorative; Studenți: Mircea Popescu, Rodica Leucă, Cornel Bizuleanu, Gaspar Barabas, Victor Triaire; Conducători: conf. Romeo Voinescu, conf. Dumitru Voicu, asistent Dan Popovici, 1979 p. 46
7. Studiu de recarosare a autoutilitarei de 1,5 tone; Beneficiar: Întreprinderea « Autobuzul » București; Studenți: Sorin Turculeț, Silviu Turculeț, Daniel Vasile, Adrian Branea, Albina Marcu, Wan Roguski, Vasile Oncescu; Conducători: lector Ion Popa, asist. Vlad Calboreanu, 1979
8. Studiu de design pentru fundamentarea politicii economice în domeniul echipamentului pentru









locuințe — detaliu privind recarosarea mașinii de gătit electrice; Beneficiar: Centrala de prelucrare a lemnului București; Student: Cristian Cristescu; Conducător: conf. Ion Bitzan, 1979

9. Studiu de design pentru sistemul de introducere date în calculator; Beneficiar: Institutul de tehnică de calcul București; Studenți: Emil Huștiu și colectiv; Conducători: lector Ion Popa, asist. Vlad Calboreanu, 1979

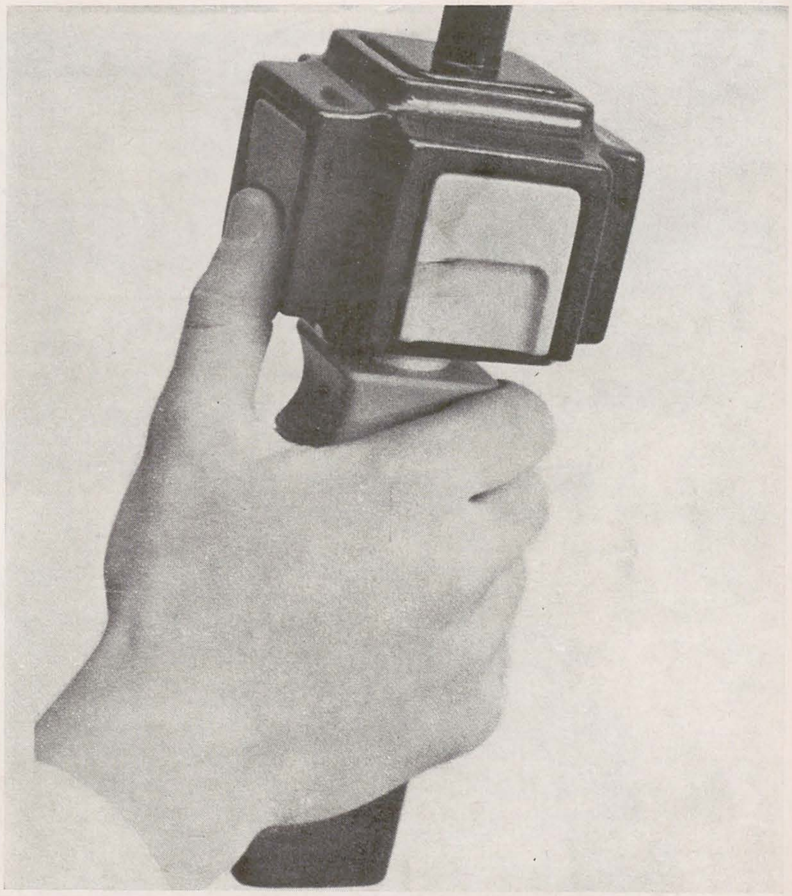
mihai panduru

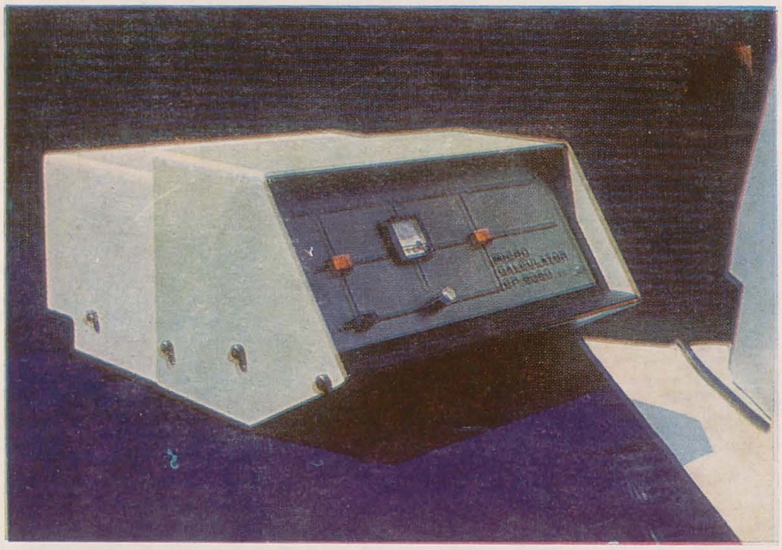
fișier

Dispozitiv de telecomandă pentru pod rulant
În urma documentării am observat că: 1. majoritatea dispozitivelor de acest tip sînt într-o cutie de tablă, prismatică, fără a exprima nici o funcție specifică; 2. finisajul are caracter de producție meșteșugărească; 3. unele au supra-adăugate bare cu funcția de minere; 4. indicarea funcțiunilor butoanelor este arbitrară; 5. este necesar controlul vizual al inscripției și butonului (rezultă distragerea atenției de la cîmpul de lucru).
Prin reconsiderarea funcțiunilor acestui dispozitiv și punerea de acord a formei și culorii cu funcțiunile, am ajuns la soluția prezentată, care are următoarele avantaje:
— volum închis de carcasă redus
— există analogia dintre mișcările posibile ale podului rulant, pisicii și cîrligului și comenzile care le determină;
— forma indică locul și modul de acționare nefiind necesare inscripțiile sau învățarea comenzilor
— zonele de acționare sînt bine delimitate pe suprafață
— comenzile și mișcările rectangulare (efectuate în plan orizontal) sînt exprimate prin forma carcasei
— este necesară o singură mînă pentru acționarea dispozitivului

Terminal display alfanumeric și unitate centrală de calcul
Aparatul poate fi utilizat pentru introducerea datelor în calculatorul electronic (împreună cu o tastatură alfanumerică avînd funcționalitatea unei console) sau pentru afișarea datelor furnizate de calculator (funcționînd ca monitor).
Afișarea datelor se face pe un tub catodic format 24 linii cu 80 caractere / linie. Viteza de afișare este de pînă la 1000 caractere/secundă, deci o pagină este afișată aprox. în 2 secunde.
La un calculator pot fi conectate mai multe posturi intrare-ieșire de tipul terminalului display, printr-o linie telefonică (via modem).

Spectrofotometru pentru determinări în domeniul vizibil (SFV-01 butoane 00 SFV-03) butoane 000)
Spectrofotometrul realizat la Institutul de Chimie Cluj-Napoca de un colectiv (în care am lucrat) este un produs românesc.
Spectrofotometrul este format din următoarele blocuri funcționale: alimentare, sursa de radiație, monocromator, compartiment cuve, fotodetector-amplificator, operare-afișare rezultate. În evoluția sa acest aparat a trecut prin fazele de model experimental prototip și este în prezent executată seria zero. În studiul de design al spectrofotometrului am urmărit rezolvarea următoarelor puncte:
— evidențierea geometriei funcțional-constructive;
— rezolvarea relației operator-aparat;
— volumele și părțile componente vizibile să conțină un mare grad de originalitate;
— claritatea și logica organizării ansamblului și a detaliilor tradusă prin echilibrarea raportului dintre ordine și complexitate;
— unitatea concepției plastice să fie susținută prin rezolvarea de ansamblu și de detaliu (de la corpurile mari pînă la șuruburi, butoane etc.);
— combinația de culori să fie adecvată formelor, să evidențieze părțile constructive, să fie adecvată condițiilor de utilizare;
— elementele plastice folosite să fie ușor recognoscibile pe întreaga gamă de aparate ale producătorului, generînd o « linie » specifică.





alexandru nestor

fișier

Sistem modular electroacustic

Aparatura electronică pentru audiții muzicale constituie una din laturile cele mai spectaculoase ale intervenției designului. În acest domeniu, coeziunea dintre formă și funcționalitate apare evident. Asemenea aparate trebuie să răspundă imediat la solicitări, să facă accesibilă orice comandă, să situeze cu exactitate grafică intensitatea fiecărei comenzi, să înlesnească o depanare rapidă a părților electronice etc. Fiecare componentă din aparat își justifică integral forma, amplasamentul sau inscripționarea grafică (începînd cu carcasa și sfîrșind cu comutatoarele, potențiometrele și indicatoarele luminoase). Pretențiile crescînde în materie de audiții au generat o diversificare a gamei de aparate pe funcțiuni unice. Astfel au luat naștere « lanțurile » de reproducere formate din pick-up, radioreceptor (tuner), casetofon, incinte, toate conectate la un amplificator. Observăm existența simultană a 6—7 obiecte (care în final deservesc un scop unic). Se ridică problema creării unei legături de ordin vizual, prin formă, culoare sau alt element comun.

Cea mai eficientă legătură care se poate stabili într-un sistem de aparate este modularea. Modulul de bază — cubul — rezolvă o multitudine de probleme ale posesorilor:

— amplasarea în interioare diferite (adaptare la formă și culoare);
— mobilier neadecvat pentru gabaritele aparatelor;
— ambalare și transport în general;
— depozitări temporare (pentru securitate, curățenie etc.).

În plus, posesorul este stimulat în aranjarea sistemului, putînd realiza, după dorință, o multitudine de combinații.

Sistemul modular de față include amplificator, casetofon, radioreceptor (tuner), orgă de lumini și incinte acustice.

În afara modulului de bază — cubul — cu latura de 140 mm — există și alte elemente comune:

1. Un intrînd polifuncțional — (plan secționat la 45° pe una din muchii) în care se montează acul indicator (tuner), vu-metrele de control și imprimare (amplificator și casetofon), difuzoarele pentru frecvențe acute (incinte);
2. Bec indicator (culoare roșie) indicînd pornit-oprit la aparatele propriu-zise sau suprasolicitarea incintelor.
3. Inscripționarea grafică — același caracter de literă și amplasament față de muchii.
4. Culoarea generală — negru mat — acordîndu-se oricărui decor.

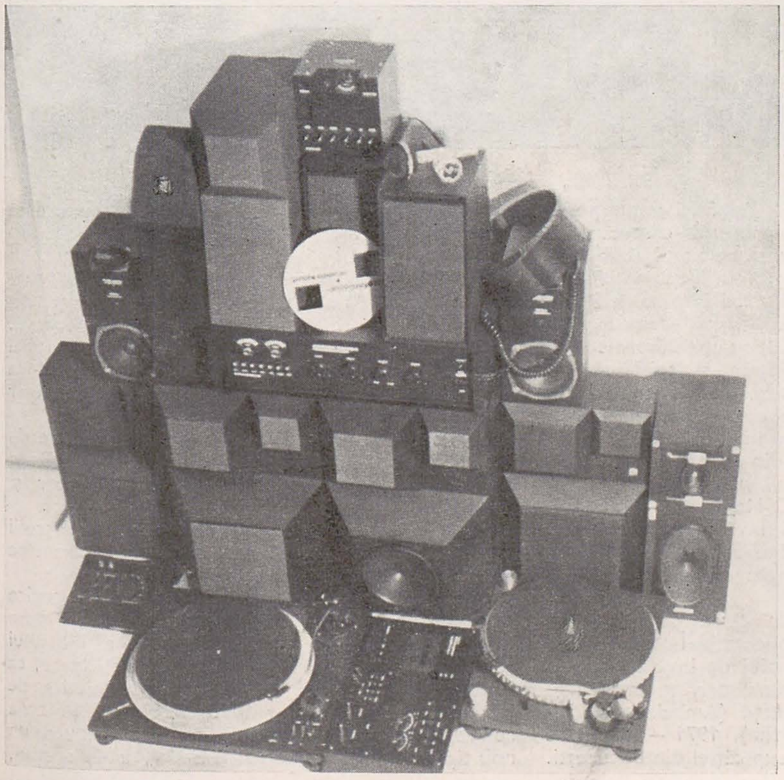
Fotografiile de față reprezintă machetele funcționale ale unui radio-receptor și a incintelor acustice.

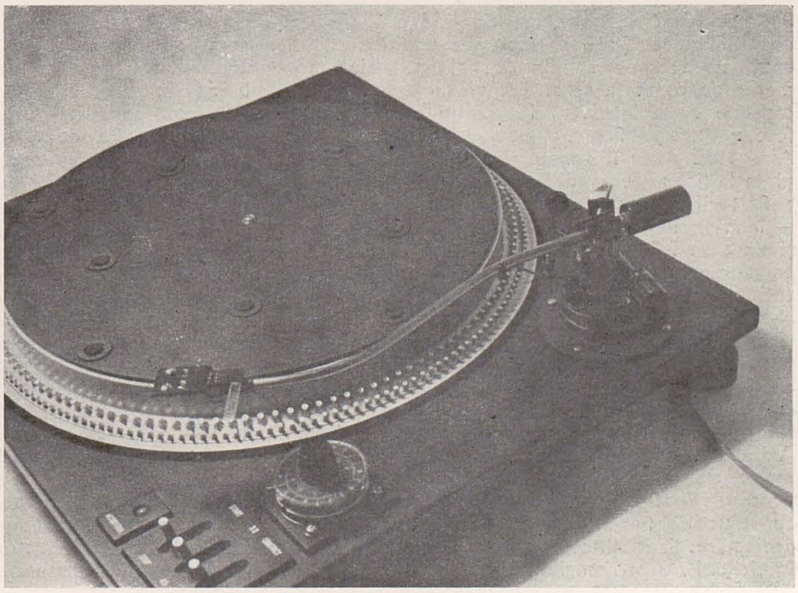
Radioreceptorul este prevăzut cu un selector pentru 4 lungimi de undă și două comutatoare — pornit-oprit — și control automat pentru ultrascurte.

În intrîndul polifuncțional este plasat un ac indicator pentru posturi și un bec de control în funcționare. Tot în partea superioară, în extremitatea stîngă și dreaptă, se găsesc mufele de conectare la antenă și la căști. Suprapunerea pe post se face rotind un potențiometru plasat central stînga.

Incintele acustice îmbracă forma a două cuburi suprapuse — reproducerea se face prin intermediul a două difuzoare specializate — cel pentru frecvențe joase-medii plasat pe una din fețele cubului de la bază și difuzorul pentru acute, plasat în intrîndul cubului superior.

Sistemul a fost gîndit, proiectat și realizat funcțional la sfîrșitul anului 1977.

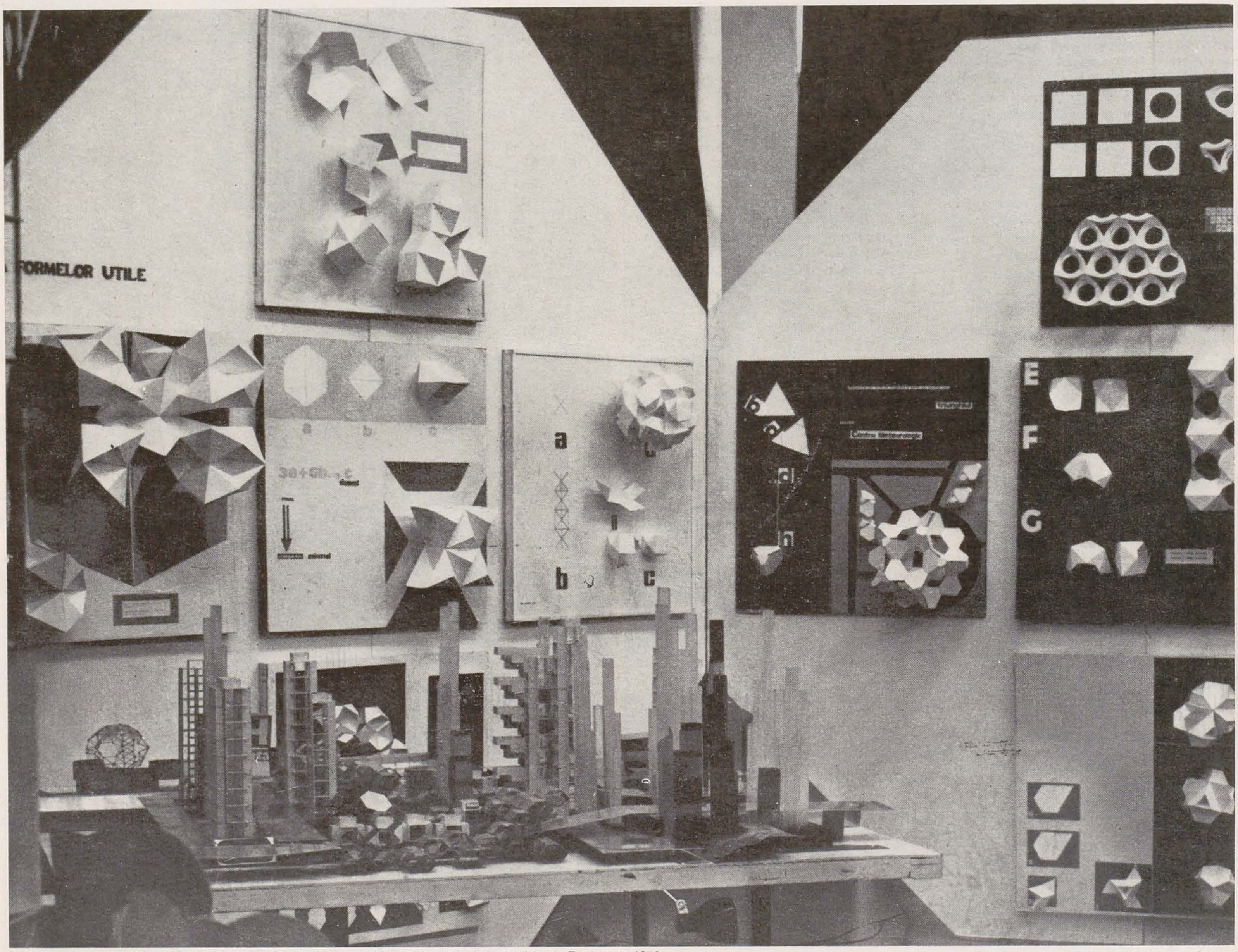




design - creație și pedagogie

din experiența liceului de artă din timișoara

constantin flondor-străinu



Aspect din expoziția liceului de arte plastice la al V-lea seminar internațional de marketing, Timișoara, 1972

Procesul de învățămînt artistic la Liceul de artă din Timișoara (care și-a propus mai mult decît dezvoltarea unor sensibilități și aptitudini, formarea de competențe și comportamente creative capabile de a interveni în spațiul social-uman) a fost un proces firesc, continuu și progresiv.

Anul **1962** poate fi semnul unui început, prin întîlnirea la liceu a unor pedagogi-plasticieni cu calități definitorii pentru viitoarea evoluție:

— în primul rînd, evident, dorința de a informa și de a se informa, dorința de intercomunicare și colaborare — care în perspectivă a generat pentru toți un tip de comisie-metodică-săptămînală-local-hranei-informaționale-și-al- unor - atitudini - euristice, iar pentru o parte din noi conviețuirea creatoare în ceea ce la început avea să devină gruparea artistică *111* **(1968)** iar ulterior, mai cuprinzător ca număr de membri, program pedagogic și activitate de creație colectivă, grupul *sigma* **(1969)**.

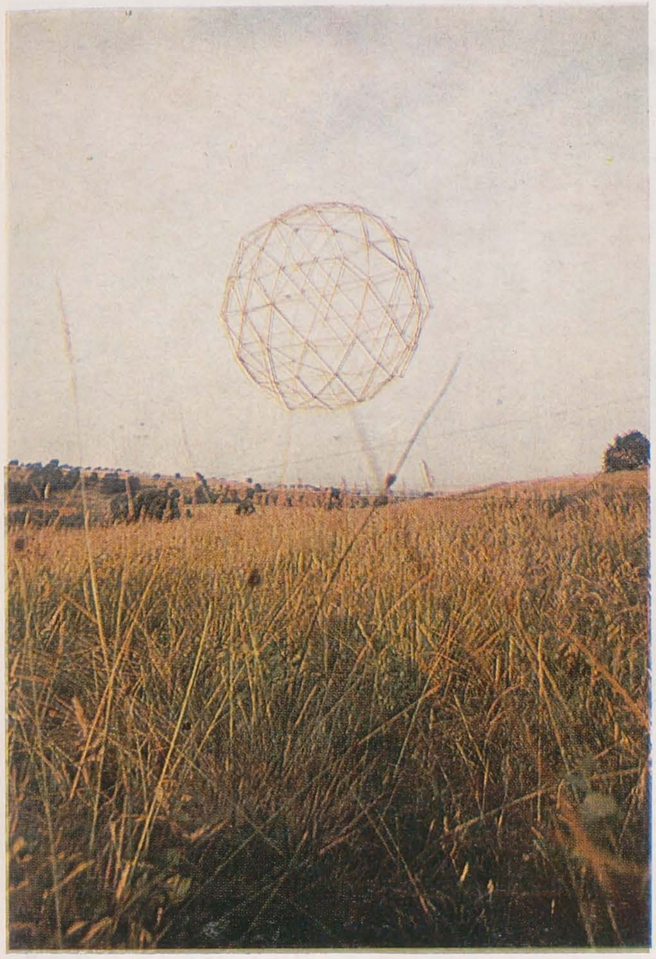
Anii **1962—1970** poartă amprenta cercetării sistemelor de generare a structurilor plastice, unde procesul de figurare echivala ca potențial estetic cu structura finală. O primă sensibilitate pentru proiectare. Sensibilitate pentru interdisciplinaritate. Participări ale profesorilor la « Cercul de bionică » condus de prof. dr. Eduard Pamfil. Poziția pedagogică: elevul partener în procesul cercetării și creației. De pe acum începe să se simtă sîmburele *bazic designului* = pregătirea de bază. Pe de altă parte spre sfîrșitul acelor ani ia naștere o atitudine dornică de a depăși spațiul expozițional și de a investi inteligența și puterea creatoare, proiectarea nevoilor fiziologice și spirituale în obiecte sau în spațiul de lucru și de trai. Apăruse apetitul pentru design. Începuse o explozie a soluțiilor posibile fie de aplicare imediată, fie de perspectivă. **1970** — Materialul din ultimii ani selectat și sistematizat a fost obiectul expoziției organizate în București la Pavilionul C Herăstrău. Vizitată și de conducerea Ministerului Învățămîntului, Liceul de artă din Timișoara obține acordul și sprijinul de a funcționa cu un program experimental axat pe creația formelor utile.

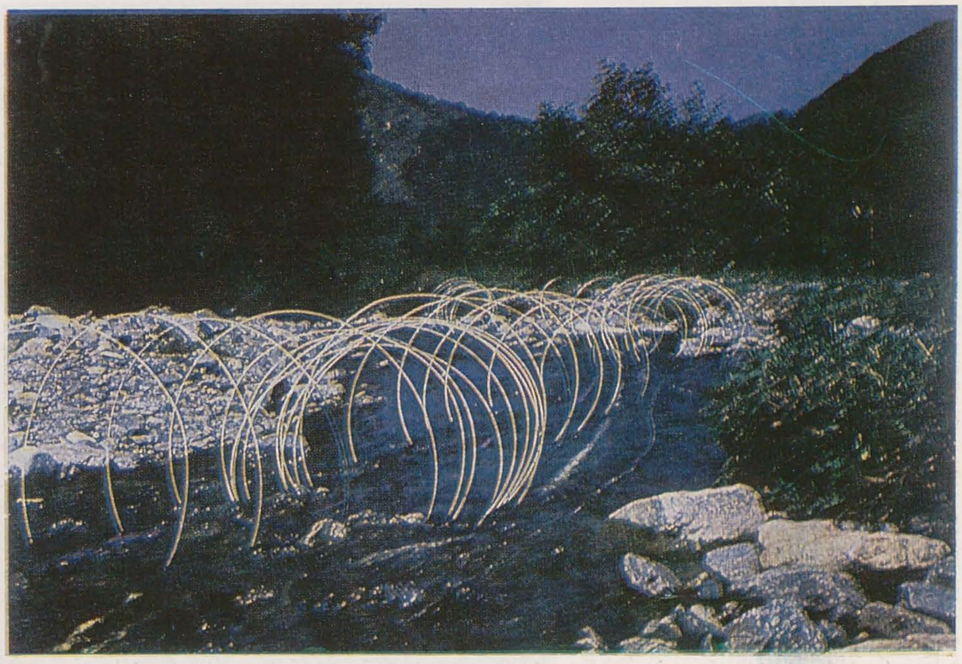
1970—1971 — Întocmirea de către colectivul de profesori și cu sprijinul Ministerului Învățămîntului a unor noi structuri a planului de învățămînt și a unor noi obiecte de programe privind pregătirea de bază și specializarea pe secții (Ambalaj, publicitate și Estetica formelor utile). **1971** — Reeditare locală (Muzeul Banatului) a expoziției din București. Acțiune privind estetica străzii prin introducerea unor forme poliedrale luminoase ca model al cristalelor de gheață cu ocazia lunii cadourilor (decembrie). **1972** — Solicitați de Ministerul Învățămîntului, liceul participă la expoziția « tehnologia instruirii » — Institutul de arhitectură « Ion Mincu » București. Tot în 1972 liceul participă și la organizarea unei expoziții cu lucrările elevilor, la cel de al V-lea seminar internațional de Marketing-Timișoara. Apar primele colaborări cu întreprinderi locale.

Anul **1973** este punctat de o însemnată acțiune de proiectare estetică a platformei industriale Calea Buziașului — acțiune extinsă în anul următor și pe Calea Sagului.

1974 — Se încheie programul experimental al școlii fără o analiză specială (în afară concluziilor obișnuite efectuate anual de colectivul școlii).

În anii următori, în aceste preocupări pedagogice ce corespund gîndirii constructive și cu precădere spațiului tehnologic apare o infuzie a mediului natural. Natura ca loc de acțiune și participare, ca referent al activității de proiectare. Practica de la sfîrșitul anului școlar **1975**, petrecută în zona cu vegetație intensă a Strungarilor, readuce un nou tip de trăire, « plein-airism-ul », unde spațiul,





vîntul, apa, vegetația și pietrele devin « suportul » celor mai diverse modalități de organizare plastică, incluzîndu-se ca elemente de lucru produsele tehnologiei (folii întinse de mase plastice de diferite culori, benzi colorate, bare, vopsele). În **1976**, prezenți vara în natura cu dealuri arse de soare de la marginea Făgetului, ne-am propus — profesori și elevi — o atitudine programatică: NATURA CA PARTENER. Natura, ca partener, în sensul de a fi coparticipantă la geneza formei sau a evenimentului. De astă dată mișcarea și energia soarelui, curenții de aer, au constituit factorii capabili de a afecta comportamentul sistemelor concepute de elevi (material utilizat: folii metalizate, oglinzi, palete, pînze subțiri etc.). Iar în vara anului **1977**, în lumina de nord a Moldoviței, elevii au fost puși într-o a treia alternativă: de data aceasta analitică, de observare, investigare și reprezentare a aspectelor fenomenologice ale naturii, privite sub semnul timpului: *mișcarea*, *transformarea* și *evenimentul*. (Elevii erau dotați cu materialele tradiționale — hîrtia, creionul, culoarea, cît și cu aparatul fotografic și cel de filmat).

O a doua infuzie pe care o consider importantă a fost introducerea unor ateliere de comunicație vizuală. Alături de *formă-ca-instrument-al-utilului*, apare cea de înțelegere a *formei-ca-purtătoare-de-sens*. Comunicarea construind vizualul *. Publicitatea, filmul, fotografia.

Dacă ar fi să anticipez evoluția programului pedagogic al liceului, aș relua cele ce am notat cu alt prilej ** și cred că și-ar păstra încă valabilitatea. Așadar, o dezvoltare ulterioară în direcția designului ar fi în directă dependență de două aspecte-cheie:

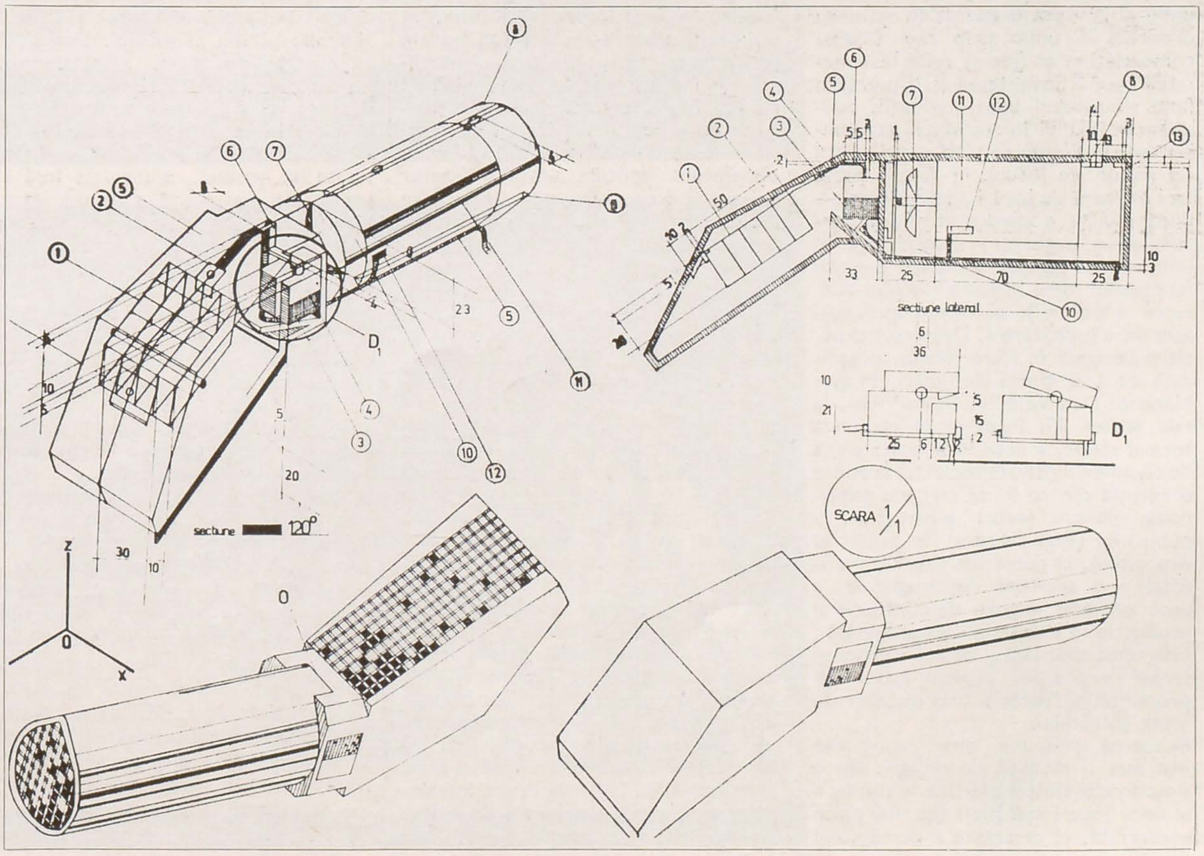
a) de modul cum vor evolua relațiile de colaborare școală-industrie și

b) de modul în care profesorii de specialitate vor menține și unitatea necesară dintre *creație* și *pedagogie*, corelarea cercetării personale în programul pedagogic.

* Rev. Arta nr. 2—3, 4 și 9/1979 au inclus materiale ale Liceului de artă din Timișoara în care sînt prezentate detaliat cîteva realizări în această direcție. De asemenea aceste preocupări s-au făcut simțite și în expoziția Liceului sala Kalinderu, București 1978.

** Caiet de *Estetica industrială* nr. 7, iulie 1973, a Inst. Național de Informare și Documentare Științifică și Tehnică, p. 403: « Un program pedagogic adaptat evoluției tehnico-industriale ».

1. IULIAN VĂCĂRESCU (an II): Relație structurală-obiect-spațiu-soare (practica de vară la Făget, 1976); 2. GABRIEL GOLDMANN: Intervenție în natură (practica de vară la strungari, 1976); 3. SILLER RUDOLF (an III): Proiect de fön



designul în sfera jocului

magda cârneci

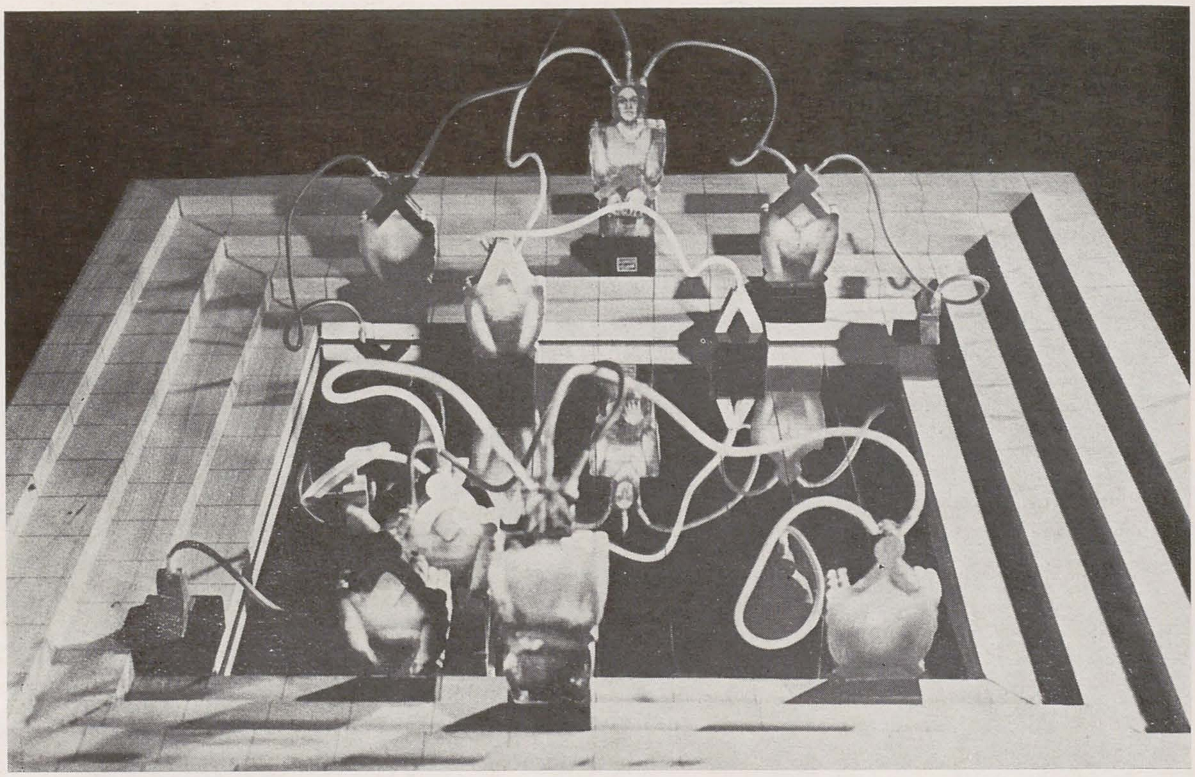


Fig. 1 (jocul nr. 4) (text catalog): nr. jucători: 2; teren: un şir de pătrate descendente, subîmpărţite la rîndul lor în pătrate mici; piese: 2 echipe a cîte 7 piese ierarhizate în 3 grupe şi legate între ele prin cabluri detaşabile; reguli: l. imobilizarea adversarului; 2. ocuparea unei suprafeţe de joc mai mari decît a adversarului; traiectoria: piesele se mută asemănător unor piese din şah: piesa principală se mută ca dama, cele 3 din grupa a doua se mută ca tura, calul şi nebunul, iar cele 3 din grupa a treia, pioni, se mută cîte un pătrat, reproducînd mutarea piesei ierarhic superioare de care sînt legate.

Comentariu posibil = cu o prezenţă plastică deosebit de incitantă şi care trimite deja prin ea însăşi la mai mult decît un simplu joc de calcul, jocul pleacă de la iniţiale sugestii oferite de tactica strategică a şahului, pentru a demonstra un anume « paradox al dependenţei », complicare a simplei relaţii de contiguitate a pieselor din şah prin cuplarea fiecărei piese de toate celelalte ale echipei sale prin cabluri detaşabile, care limitează dar şi asigură strategic acţiunea fiecărei piese în parte; de aceea desfăşurarea mişcărilor e mai dificilă, în consens cu restul pieselor, presupunînd desfăşurarea unei tactici de joc complexe, axată pe noţiunile de grup şi de dependenţă, de determinare şi de libertate (piesele se pot decupla şi pot acţiona liber), avînd o evidentă trimitere către problematica comportamentului social, către relaţia individ-societate, către dialectica raportului libertate-determinare.

Dacă jocul « dincolo de toate posibilele sale definiţii şi determinări este un fenomen de cultură » (cum afirmă Huizinga), care subîntinde ansamblul activităţilor umane, ca o componentă obligatorie şi specific umană, dacă relaţia dintre cultură şi joc trebuie căutată « mai cu seamă în formele superioare ale jocului social, acolo unde el îşi duce existenţa în acţiunea ordonată a unui grup sau a unei comunităţi », el (jocul) reflectă societatea care îl inventează şi îl practică, fiind simptomul unei civilizaţii. Răspîndirea jocului în societatea contemporană (în Franţa se vînd anual peste un milion de jocuri, în Anglia peste trei milioane de jocuri pentru adulţi — după revista « Science et vie ») constituie un argument semnificativ al importanţei pe care a căpătat-o astăzi fenomenul ludic în lume (secolul XX, secol « ludic »?), al nevoii generalizate de « ludicizare ». Demersul expoziţiei *Designul în sfera jocului*, organizată de trei tineri designeri, Mugur Nazarie, Dan Velescu, Radu Vişan, la sala *Atelier 35*, încearcă să răspundă tocmai acestei « necesităţi ludice » atît de complex motivate social, să acopere o cerinţă din ce în ce mai viu exprimată, pentru jocuri « mature », a publicului (vezi succesul de public al expoziţiei), în condiţiile lipsei « cvasitotale » a acestora din magazine, a unui adevărat « gol » de concepţie şi producţie în industria de specialitate; prin tema abordată şi soluţiile propuse sensul expoziţiei capătă astfel un pronunţat şi foarte actual caracter de « act cultural ».

Expoziţia propune zece jocuri dar mai ales o metodă de design: nu o simplă reformulare plastică, « styling » al unor jocuri mai mult sau mai puţin consacrate, ci cercetare a domeniului jocului sub multiple aspecte ale sale, teoretice şi practice, creaţie de obiecte noi de joc şi — accentuînd — creaţie de metodă de design aplicat. Plecînd de la studierea parametrilor specifici relaţiei om-joc şi de la încercarea de definire în termeni proprii designului, cercetarea celor trei artişti a urmat drumul analizei, descrierii mecanismelor de funcţionare a jocului, al elaborării unor structuri funcţionale generice, al invenţiei de jocuri propriuzise şi finisării lor formale, pînă la sinteza finală, urmărind un scop cultural larg, cel al înţelegerii sensului şi necesităţii spirituale a jocului ca dimensiune specific umană. Fazelor cercetării i-au corespuns cîteva faze ale concepţiei şi proiectării de jocuri, de fiecare dată restructurate şi îmbogăţite: parametrii cercetării (competiţiei): subiecţi-obiect (designeri-joc), reformulîndu-se de fiecare dată, în coordonate noi (deşi pe structura de gîndire iniţială). Aceasta a conferit « jocului » de cercetare propus caracter de cunoaştere dar şi de autocunoaştere, de structurare şi de auto-structurare, de clarificare şi de auto-clarificare (omul creează jocul, jocul creează omul).

A (se) juca însemnînd: a acţiona în timp limitat, după reguli stricte în scopul victoriei, parametrii caracteristici structurii ludice ar fi: numărul jucătorilor, spaţiul ludic, perioada ludică, traiectoria ludică şi criteriile ludice, care formează împreună o matrice ludică în care valorile variabile ale fiecărui parametru configurează un fel de « tabel al lui Mendeleev », cu variabile cunoscute (jocurile deja inventate) şi necunoscute (jocurile de inventat) încă. Invenţia în joc înseamnă atunci « a acoperi golurile libere ale tabelului », a modifica, nu formal ci structural, numărul jucătorilor sau spaţiul ludic sau traiectoria ludică sau criteriile etc., a introduce hazardul sau informaţia sau simbolul. Pe de altă parte parametrii specific umani (fizic, psihic, moral, intelectual, simbolic) influenţează şi ei la rîndul lor invenţia, determinînd caracterul acţiunii şi al efectului ludic, gradul de dificultate, aspectul formal şi sensul simbolic posibil al jocului. Demersul celor trei designeri, respectîndu-şi traiectoria teoretică şi metodologică descoperită « pe speze proprii », din aproape în aproape, în teritoriul ilimitat şi periculos prin super-complexitate al jocului, a urmărit însă şi solicitarea mai activă a laturii intuitive (apărată de o bază riguroasă de gîndire) a invenţiei, latură vizibilă în aspectul formal al jocurilor, în unele reguli, în posibilele conotaţii ale acestora, în caracterul de « schiţă » şi de « propunere » al unora dintre ele; latură intuitivă care apropie mult aceste jocuri, prin concepţie, de opera de artă.

Urmărind între ele o ierarhie a complexităţii (cu trei trepte în concepţia autorilor), care merge de la simplu la complex, de la regulă impusă la libertate sau liberă invenţie subiectivă de regulă, jocurile propuse urmăresc şi scopuri diferite, solicitînd parametri diferiţi ai complexului uman: reacţia solitară (joc 9) sau colectivă (joc 2, 4), motricitate şi tactică spaţială, reacţia în tridimensional (joc 1, 3, 8, 7 ş.a.), raţionamentul ipotetico-deductiv (joc 3, 4, 5), logicul matematic şi dexteritatea lingvistică (joc 1, 2, 6) etc., fiecare joc solicitînd în fapt numeroşi parametri, combinaţi ori sintetizaţi. Elaborate pe măsura clarificării structurii şi scopului fiecărui joc în parte, « formele » jocurilor expuse nu « acoperă » un conţinut ci emană structural din acesta, în baza sensului şi parametrilor umani urmăriţi, dau trup intuitiv unor conţinuturi abstracte (jocul se reduce în ultimă instanţă la o structură semantică), trimit către conotaţii simbolice, angajează afectiv, emoţional sau dimpotrivă creează distanţarea raţională necesară (vezi cuburile cu elemente naturale ale jocului 1, sau preţiozitatea abstractă a pieselor jocului sau ingeniozitatea formelor pieselor jocului 4). Dacă structurile logice puse în jocurile propuse, adesea foarte dificile (joc 5) ţin de structurile generice ale jocului, din care derivă la rîndul lor, în schimb « elementele auxiliare » ale jocurilor, care ţin de formularea lor plastică, le conferă personalitate şi trimit mai mult sau mai puţin explicit spre conotaţiile extra-ludice ale acestora (oare jocurilor expuse nu le-ar fi trebuit şi nume pe măsură, individualizate?).

Evident, jocurile expuse sînt încă propuneri, mai degrabă « schiţe » decît formule finite (inventîndu-şi metoda de concepere odată cu însăşi creaţia lor, într-un proces complex de feed-back cu consecinţe în dublă direcţie), ele avansează în principal « ipoteze » asupra jocului în genere şi nu soluţii ultime, experimentează modalităţi de creaţie şi verifică o anume înţelegere a noţiunii de joc a autorilor, iar prin ei posibil unui mediu mai larg. Ele sînt şi « obiecte de artă », argumentînd apropierea de artă prin joc şi apropierea de joc prin artă, realizînd în ultimă instanţă o anume « educaţie » vizuală şi mentală referitoare la abstracţie, « jocul » fundamental al intelectului.

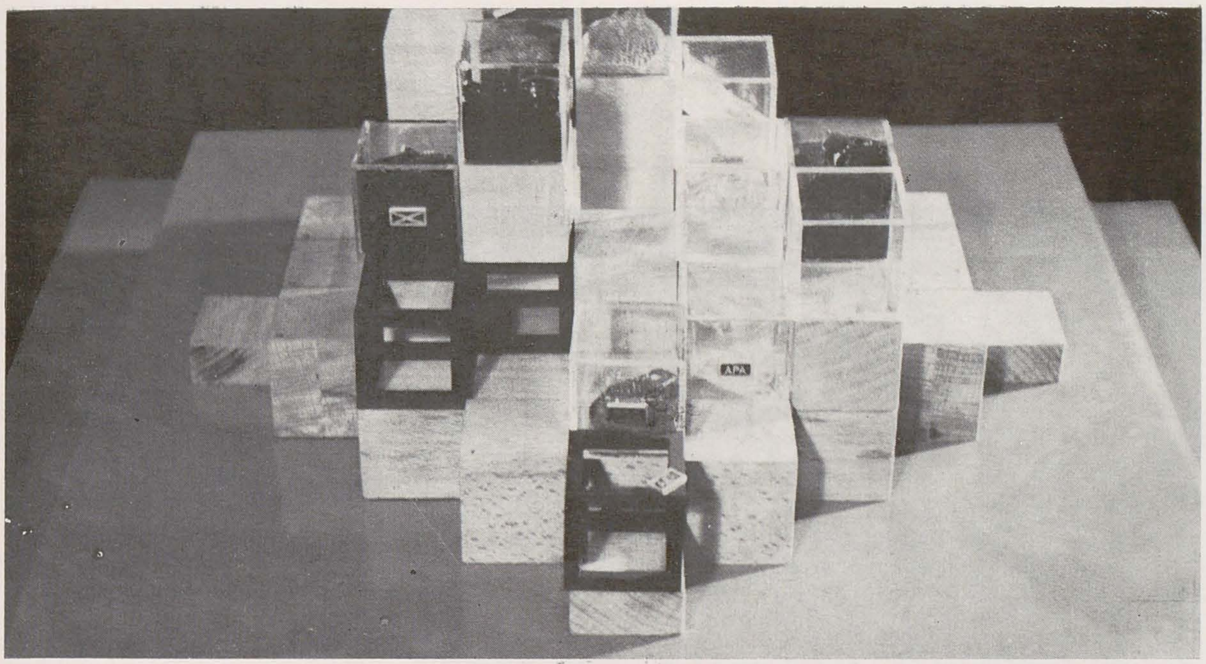


Fig. 2 (joc nr. I): nr. jucători: 2—4; suprafața de joc: rețea de pătrate 5×5; piese: 41 de cuburi împărțite în 6 grupe (senzații și elemente naturale): I. cald (10 piese); 2. rece (10 piese); 3. apă (5 piese); 4. foc (5 piese); 5. aer (5 piese); 6. el. neutru (6 piese). Regula: faza I. toate cuburile se așează pe suprafețele pătrate numerotate 1—41, se împart toate cuburile printr-un zar electronic; faza 2. în ordinea stabilită de zar fiecare jucător pune cîte un cub pe suprafața de joc, astfel încît 2 cuburi alăturate să nu se contrazică prin elementele naturale ori prin senzațiile pe care le conțin: cîștigă jucătorul care reușește să-și termine primul cuburile sau să așeze ultimul cub în vîrful piramidei de cuburi de pe suprafața de joc; orice cub care se găsește deja pe suprafața de joc poate fi deplasat de către jucător la fiecare mutare, cîte un pătrat, conform regulii logice de mai sus; jucătorii pot propune schimburi de piese atunci cînd situația de joc nu le permite să-și valorifice piesele. Joc de logică elementară și de tactică spațială, plus orientare în tridimensional, care incită prin formula plastică găsită la o conotare simbolică, dominată de o filosofie « elementară » și « naturală », care face din construcția spațială care se creează în timpul jocului o construcție alegorică, de « lume », după principii luate evident din lumea reală.

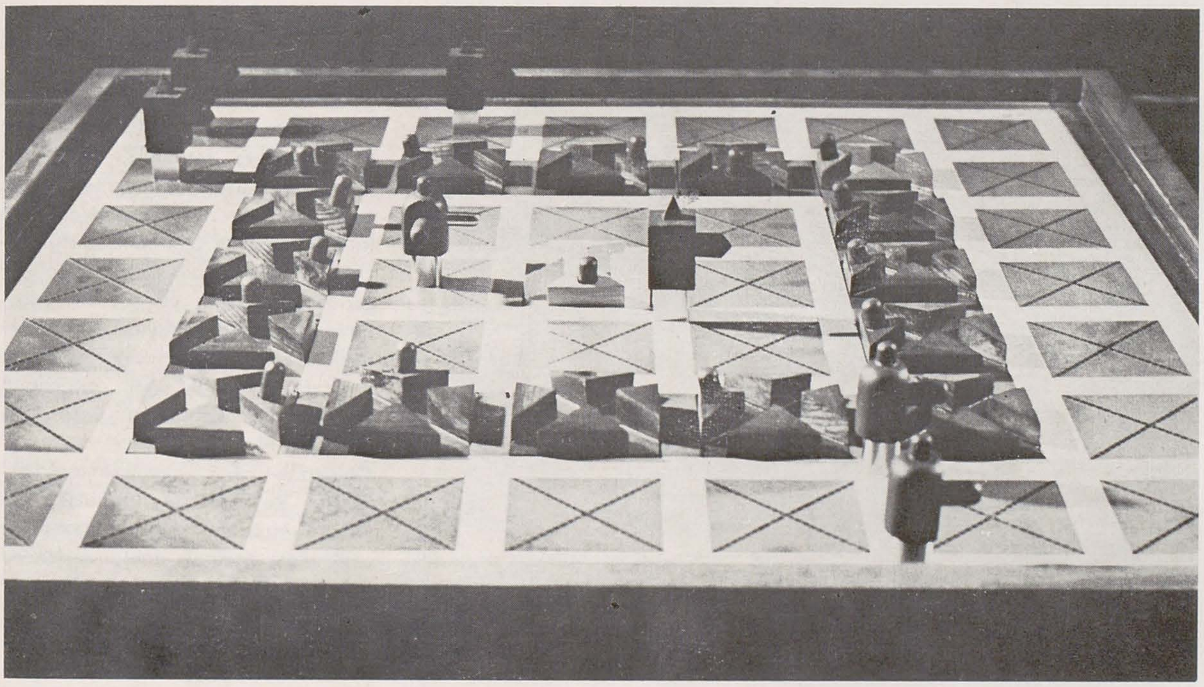


Fig. 3 (joc nr. 5): nr. jucători: 2, urmărit și urmăritor. Piese: urmăritor 4 piese; urmărit 2 piese cu cod culoare; 1 piesă cu cod culoare și cod număr, 17 incinte purtătoare de cod împărțite în 3 grupe; 1 incintă cod roșu, 2 incinte cod galben, 14 incinte cod albastru. Regula: urmăritul este purtător de cod culoare (roșu, galben, albastru, verde) pe care o schimbă pe parcursul jocului prin contact cu una din piesele sale sau cu anumite incinte stabilite inițial. A. Codul roșu se schimbă cu codul galben în incinta galbenă. B. Codul galben se schimbă cu codul albastru în una din cele 4 incinte neutre fixate inițial de urmărit și necunoscute de urmăritor, care după deconspirare poate verifica schimbul. C. Codul albastru se schimbă cu codul verde în una din cele 2 incinte verzi. Scopul urmăritului este de a schimba codul de culoare în ordinea roșu, galben, albastru, verde și de a-l depune în careul purtător de cod-număr stabilit de asemenea la începutul jocului, fără a fi interceptat de urmăritor care nu cunoaște acest careu cod-număr. Urmăritorul cîștigă atunci cînd reușește să intercepteze una din piesele urmărite purtătoare de cod albastru sau verde. Mutare: toate piesele (urmărit și urmăritor) se deplasează 1—2 segmente indiferent de direcție cu excepția incintelor neutre. Piesele urmărite au aceeași libertate de mișcare în cele 4 incinte proprii stabilite inițial, libertate pe care o capătă și piesele urmăritoare după deconspirare.

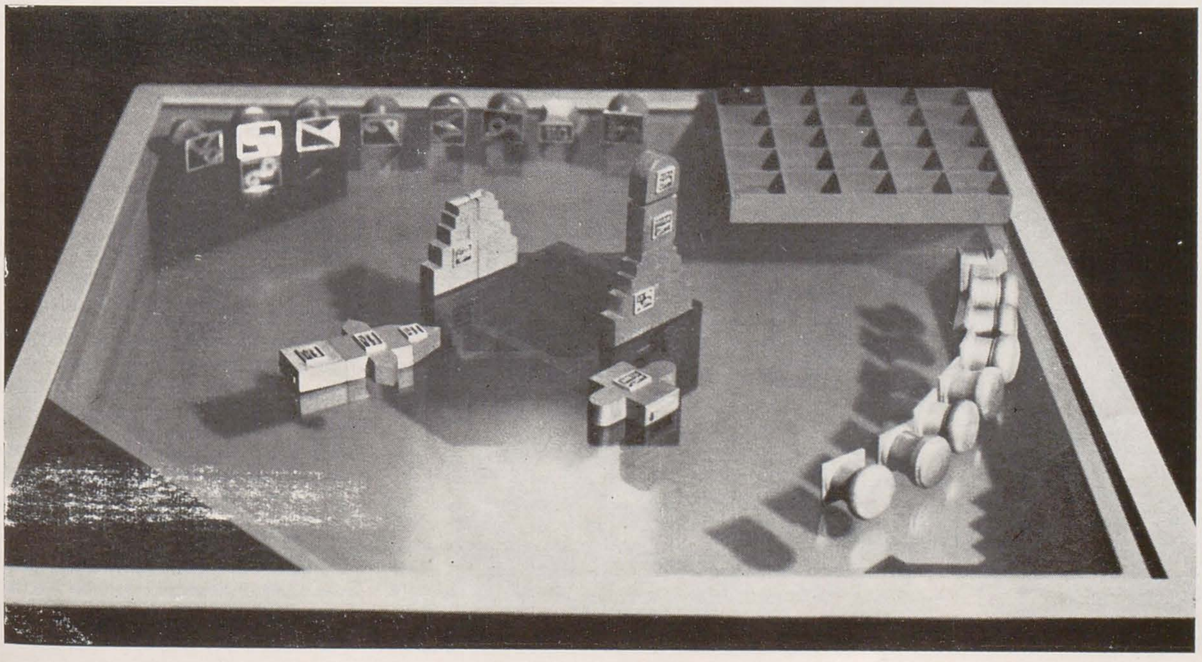
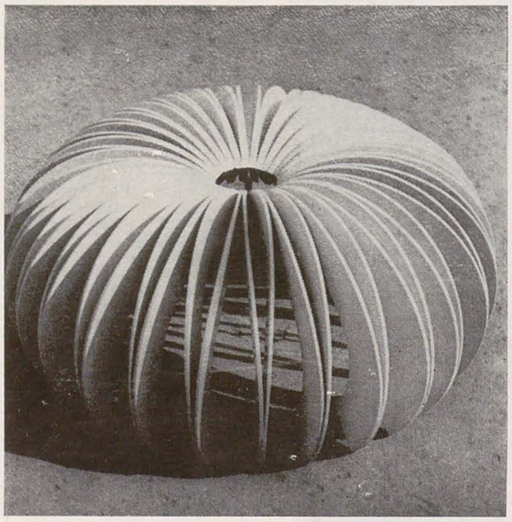
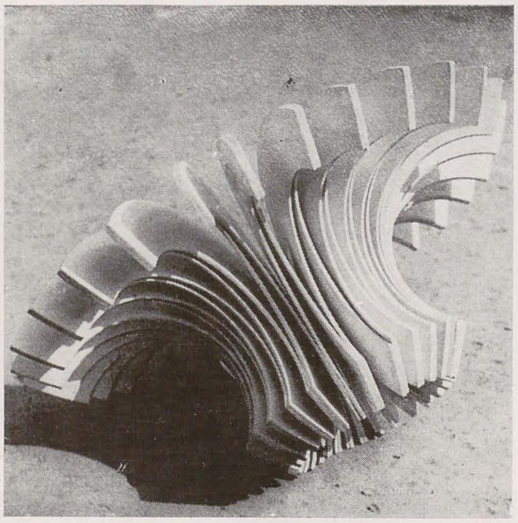


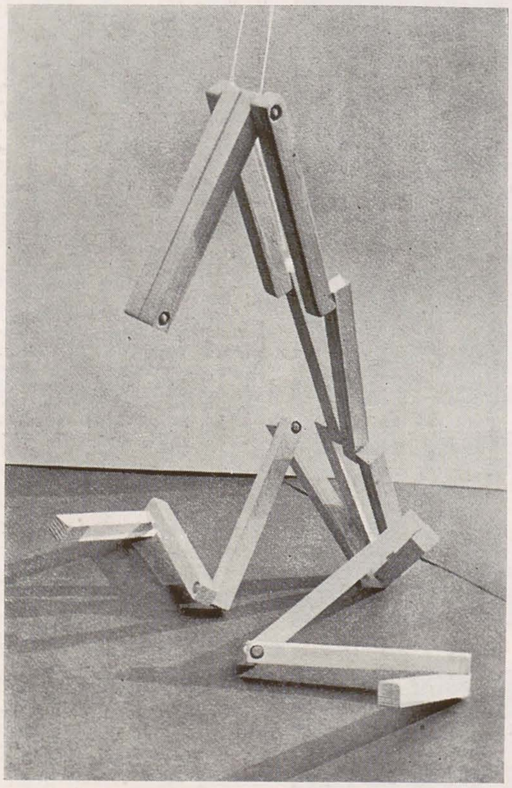
Fig. 4 (joc nr. 10). Fără instrucțiuni. Joc cu reguli liber alese.

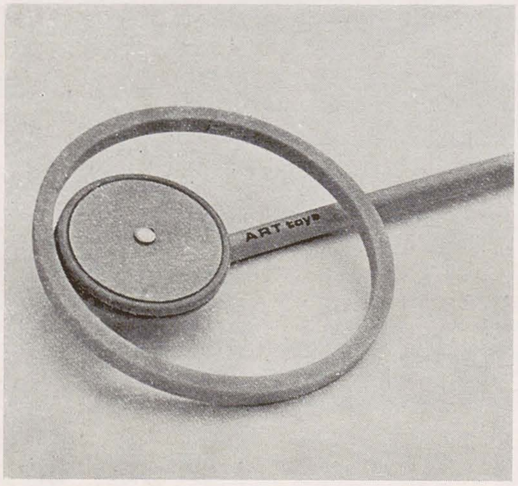
un tînăr designer — laurențiu ruță

olga bușneag







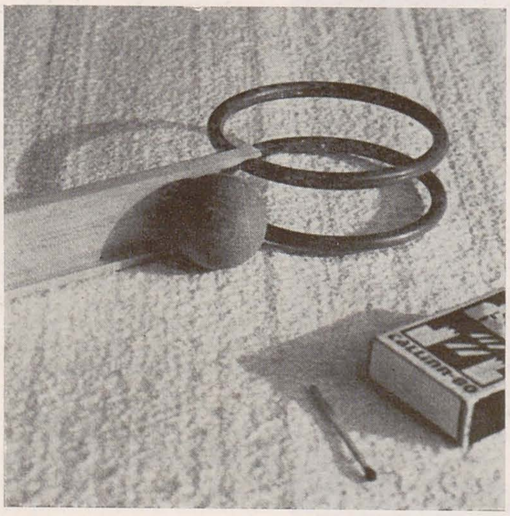


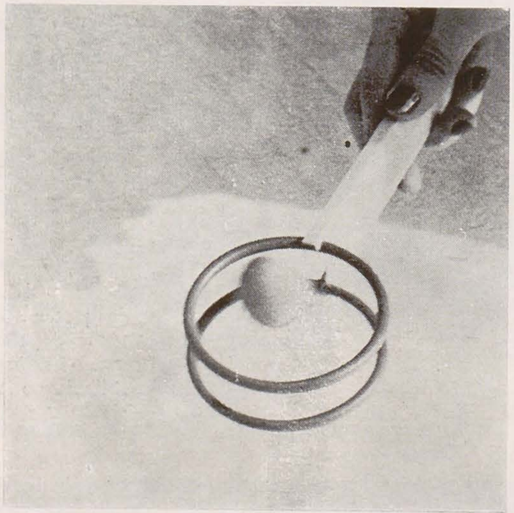
Model 1 *Obiect ambiental transformabil. Face parte dintr-un studiu de forme cu posibilități de metamorfoză prin autoreglare. Realizat din elemente circulare elastice (fig. 1 și 2)*

Model 2 *Construcție din bare articulate ce prin pliere formează un bloc paralelipipedic din care se pot dezvolta construcții spațiale cu semnificații subiectiv-simbolice (fig. 3)*

Model 3 *Formă alcătuită din două cercuri interior tangente, rigidizate în punctul de contact, avînd mînerul fixat în centrul cercului interior, prin articulare mobilă. Cu o minimă îndemînare cercurilor li se imprimă un impuls rotativ. În pofida conexiunii lor, cercul exterior suscită iluzia rostogolirii peste cel interior (fig. 4)*

Model 4 *Printr-o mișcare de rotație, o bilă se rostogolește pe circumferința dintre două inele paralele. Fig. 5, 6 prezintă modele de studiu.*





« Nu imita, ci învață să cauți și să găsești tu singur gîndirea constructivă » își îndemna J. Albers elevii. Se pare că un asemenea precept a condus și activitatea de proiectare a tînărului absolvent Laurențiu Ruță, care propune o serie de obiecte-jucării cu adevărat moderne, incitante. Nu numai că Ruță a lucrat în spirit constructiv, dar el caută ca jucăriile propuse de el să activeze și în copil *gîndirea constructivă*, să-i declanșeze disponibilitățile de invenție. De aceea modelele sale nu se limitează a fi obiecte mimetice, echivalențe ale lumii materiale ci « modele sintetice care să ne comunice ca semnificant sugestiv realitatea ».

Designerul ambiționează să comunice copilului « ceva » din principiile ce guvernează realul (de pildă, mișcarea — ca formă de existență a materiei) sau structura rațională, scheletajul elementar al unor elemente din mediul ambiant. « Încerc să comunic într-un context tridimensional — declară artistul — construind modele ce acționează analog cu anumite fenomene din natură sau să obțin restructurarea unor forme inspirate din realitate, realizînd noi configurații care sînt înzestrate cu proprietăți inedite ».

Obiectele-jucării ingeniate de Laurențiu Ruță oferă posibilități de lectură multiple, după contextul în care sînt situate, unele reclamînd « un spațiu de joc » precis delimitat (v. model 1). Puse în stare de mișcare, starea lor firească de altfel, altele devin « poznașe », se încarcă cu un humor particular (v. modelele 1, 3, 5). Jucăriile acestea care demonstrează un vechi adevăr repus în circulație de Bauhaus — și anume că forma esențială este și forma economică — corespund imperativelor unei educații actuale, deopotrivă integrative și participative.

Concepute a fi factori formativi, ele pun copilul în contact cu procesualitatea materiei și raționalitatea formei, îl ajută să asimileze « cum hilaritate » și, ceea ce este cel mai important, dezvoltă resorturile constructive, creative ale ființei. În scopul de a o transforma în ceea ce Albers numea o « individualitate productivă ».

arta, un mod de a îmbogăți lumea copiilor

alexandra titu

Pentru majoritatea oamenilor maturi — pentru cei care nu sînt legați prin profesiunea lor de universul copilăriei, și, uneori, chiar și pentru o parte dintre aceștia — copilăria rămîne un miraj, o nostalgie personală și, atunci cînd iese din sfera propriilor amintiri, o enigmă. Nerăbdarea, graba de a implanta în foarte tinerele conștiințe tiparele propriilor preocupări, presiunea obligațiilor cotidiene, converg pentru a menține permanenta distanță între două lumi — cea infantilă și cea a adulților. În măsura în care fiecare « lume » manifestă interes pentru cealaltă, o face pentru a-și proiecta nostalgia: copiii — nostalgia viitorului, adulții — nostalgia unui timp cînd totul părea posibil.
Cesare Pavese vorbea despre unicitatea primelor experiențe, a căror amintire reușind să o păstreze nealterată, poetul se desprinde din banal. El plasează în copilărie momentul marii și unicei teme a fiecărui artist. Copilăria apare deci ca un sediu al experienței mitice, și artistul își trage substanța creației din conservarea primelor extaze și uimiri în fața lumii. Dino Buzzati vorbește cu aceeași gravă reverie despre momentul cînd încetezi să mai înțelegi glasurile duhurilor din trunchiuri, ale vîntului și animalelor, și, pe un alt meridian, provenind dintr-o altă cultură, cu resorturi diferite, Truman Capote, autorul unei cărți atît de epurate de nostalgie cum e « Cu sînge rece », este și autorul « Amintirii de Crăciun » și a « Harfei de iarbă », unde amintirile despre zemeie înălțate în copilărie, despre alegerea unui pom de iarnă și despre casele din copaci marchează jaloanele unei fericiri irecuperabile. Am putea adăuga încă multe cazuri literare similare. Tratată cu umor, cu gravitate sau cu tristețe, lumea copilăriei apare, pentru oamenii maturi, ca sursa unor mari rezerve de sugestii, de energie creatoare, de prospețime și de noutate. Interesul cu care « arta » produsă de copii este primită, fascinația pe care o exercită ajungînd să ofere soluții unor artiști moderni (Dubuffet e un exemplu) sînt o confirmare în plus a distanței resimțite între cele două universuri, între care se stabilesc contacte, uneori, prin momentele privilegiate ale artei (fie că ea e creația maturității ce își trage seva din experiențele copilăriei, fie că e expresia contemplată de adulți a chiar sufletului infantil). Deci, pe căi mai mult sau mai puțin vizibile, mai mult sau mai puțin conștientizate, zestrea copilăriei acționează asupra universului « oamenilor mari ». În mod necesar și inevitabil ea va și reflecta, însă, lumea adulților, care, prin toate actele lor, prin modul lor de viață, impun limite mediului în care evoluează copiii. Nu putem separa aceste două lumi ce-și datorează reciproc atîtea lucruri, resimțindu-se totuși ca termenii unei opoziții. Întrebarea e cum s-ar putea obține o comunicare mai sistematic pozitivă despre lumea adulților spre cea a copilăriei, și dacă nu cumva tot artei îi revine această sarcină delicată și utilă. Nu mai sînt o noutate sistemele educaționale bazate pe artă și aplicate în unele școli de recuperare, în ultimele decenii. Așa-numitul teatru psihanalitic, în care copilul aflat în conflict cu societatea joacă alternativ rolul educatorului și propriul său rol s-a dovedit un bun instrument terapeutic și educativ. Cît despre rolul de element de solidarizare acordat activităților artistice în școli, contribuind la anularea distanțelor între copii și educator, el este bine cunoscut de multă vreme. Dar cu aceste exemple ne aflăm încă în zona unde creația aparține copilului și este doar dirijată de adult. Toate premisele puse de psihologie, de sociologie, de cercetările sistematice în școli, de experimentele asupra copiilor de toate vîrstele ar trebui, însă, să ne conducă spre concluzii limpezi atunci cînd ne adresăm universului infantil printr-un program educațional sau acționăm asupra lui prin intermediul unor obiecte de divertisment și obiecte de artă. Ceea ce ne preocupă pe noi în studiul de față este un domeniu limitat, și anume acela al obiectelor cu statut artistic sau aflate în imediata vecinătate a artei și care sînt destinate sau doar intervin cu frecvență în mediul copiilor. Cele două exigențe în raport cu care vom reține deci obiectele în discuție vor fi pe de o parte caracterul lor educativ (în sensul larg al termenului), pe de altă parte statutul lor artistic. Chestiunea cea mai delicată mi se pare, însă, aceea de a separa din contextul faptelor artistice o zonă a artei care se adresează copiilor, și recunosc că, la prima vedere, o asemenea operație pare nu atît absurdă, cît lipsită de semnificație. Opera de artă se propune ca o realitate autonomă și o percepe cine poate, fără ca nereceptarea ei de către o parte din public să o poată altera în esența ei. Dar la fel de adevărat este că orice operă de artă se adresează totdeauna cuiva. Și se adresează unui public (care de-a lungul istoriei a fost mai larg sau mai restrîns, în funcție de anume condiții istorice și de scopurile cărora arta le era solidară) pe baza unor afinități reale cu acel public, chiar dacă afinitățile în cauză nu sînt conștientizate de o parte din receptori. Aceste afinități le putem lega ca o condiție firească de situarea receptorului într-un moment determinat social, istoric și cultural comun cu cel al creației operei. Revenind la subiectul nostru, iată-ne în fața unei probleme aparte — există un public cu statut special, și acest public îl constituie copiii — public involuntar a o sumă de acte și obiecte al căror sens va fi înțeles odată cu acumularea experienței, odată cu maturizarea.
Mai multe experimente — și la unele dintre ele revista « Arta » s-a referit în alte numere — demonstrează că, în confruntare cu diverse obiecte artistice sau doar cu obiecte cu destinație inedită, copiii sînt cei mai receptivi și cu comportamentul cel mai dezinvolt. Ar rezulta că, implicit, ei sînt și cei mai buni, cei mai apți

ADRIAN MAFTEI: Spațiu de joc, 200 de piese interșanjabile

alexandra titu - arta, un mod de a îmbogăți lumea copiilor

EVA și WILHELM HEER: *Spațiu de joc*

receptori de artă. Lucru adevărat dintr-un punct de vedere dar neadevărat din multe altele. Pe de o parte absența unui sistem bine articulat de prejudecăți îi face sensibili la orice influență din afară, cu atît mai mult cînd ea operează cu stimuli subtil echilibrați asupra nivelului senzorial, emoțional și intelectual, ca faptele de artă. Dar tocmai absența experienței, a acelui complex de factori de « stabilizare » care constituie, pînă la urmă, instrumentarul integrării în societate și în lume, absența unui sistem de valori la care să poată raporta nenumăratele fapte exterioare, extrăgînd din ele un sens, face din copii un public ce nu poate recepta decît parțial opera, și care trebuie pregătit pentru artă la fel ca și pentru alte tipuri de experiență. Soluția unei creșteri gradate a complexității informației, pe care o putem presupune valabilă pentru alte domenii (matematică, științe ale naturii etc.) nu e, cert, valabilă în cazul artei — condiția însăși a artei ținînd de transpunerea unei complexități de conotări, de informații și referiri de factură foarte diferită, într-o aparentă coerentă și unitară. Renunțarea la marea amplitudine culturală, anularea adîncimii deschiderii operei, anulează implicit condiția artistică a obiectului. Nu este aici locul unei analize a literaturii pentru copii, dar comparația între marea capacitate de fascinație a basmului (asupra căruia vom reveni) și narațiunile banale, lipsite de semnificație, este concludentă. Succesul unor texte adresate copiilor ca « Alice în țara minunilor » constă în respectarea sensului profund de inițiere pe care opera literară îl respectă, chiar dacă structura aparentă nu se identifică cu a basmului, iar fantasticul operează cu elementele realității celei mai cunoscute.

Ideea pe care am dori să o desprindem este că obiectul de artă destinat copiilor trebuie să fie complex, să stimuleze imaginația și să o capteze pe parcursul unei dezvoltări logice subtexte. Să nu fie, deci, nici incidental, nici banal, nici ilogic și nici simplist demonstrativ. Mai adăugăm că implică o foarte mare responsabilitate, fiindcă de aceste prime contacte cu arta depind viitoarele sisteme de valori ca și prejudecățile ce vor însoți viitoarele generații de adulți. Iar sensul oferit cu mijloacele presupuse de artă trebuie să fie major, fiindcă orice act de educație vizează pregătirea pentru confruntarea cu problemele majore ale existenței. De asemenea, ele nu trebuie să ofere despre realitate imagini false și concluzii false (pentru a evita confuziile precizăm că nu considerăm fabulosul, fantasticul, miraculosul în domeniul falsului și că ele, de altfel, intervin la nivelul mijloacelor și nu al concluziilor).

Culturile vechi presupun complexe rituale (la care basmele și poveștile miraculoase fac aluzie) legate de trecerea din regimul copilăriei la maturitate. Această traversare de la o stare la altă stare implică o experiență limită — moarte și renaștere. Moare ființa copil, inocentă, și renaște, în urma experienței comprimate în probele încununate de traversarea « morții » rituale, ființa matură, inițiată, care știe, care e în posesia legilor ce îi permit să se integreze universului. Educația modernă tinde să niveleze abisul dintre cele două etape fundamentale și atît de greu de sudat între ele — a copilăriei și maturității — oferind printr-o sumă de informații, de modalități de stimulare a resurselor copilului, prin propunerea pe diverse căi a unor modele culturale, premizele maturizării lente, evitarea crizei presupuse de trecerea dintr-un regim în altul. Și cum opera de artă oferă totdeauna un sens profund, ea are tocmai privilegiul și rolul de a acționa prin alte mijloace decît constrîngerea, exercițiul îndelungat și acumularea tenace de date, operînd, asupra conștiinței în formare, prin șocul experienței estetice. Toate acestea la modul ideal.

Revenind la sfera lucrurilor realizate despre care avem cunoștință, să urmărim ce premise au dezvoltat ele. Există, fără îndoială, mai multe zone prin care copilul, pe diferite trepte ale dezvoltării sale, intră în contact cu arta. Primele « pretexte pentru artistic » le oferă jucăriile. Rolul lor principal este de mediatori între conștiința copilului și lume, de suport al unor prime experiențe, iar totala sau parțiala lor pasivitate este, pînă la un punct, necesară, oferind imaginea unui univers care poate fi cunoscut și stăpînit. Ele sînt un suport pentru informații ca și pentru afect, și tocmai de aceea modul în care sînt concepute este atît de important. Nu putem subscrie total la concluziile lui Roland Barthes (din « Noile mitologii »), care, după ce analizează foarte subtil rolul jucăriei mimetice în pregătirea pentru o viață socială calchiată după cea a adulților (acționînd deci ca o frînă asupra capacității creatoare și inventivității copilului) optează pentru jucăriile « abstracte ». Obiecția ar fi că orice copil ajunge să trăiască într-o societate determinată care presupune măcar un număr de acte și de gesturi — în mod inevitabil perene — și de fapte pe care fiecare trebuie să fie pregătit să le « re-facă » la rîndul său; pînă la urmă, nici o inventivitate nu poate suplini legătura, cît de redusă, cu experiența colectivă.

Este la fel de adevărat, însă, că jucăriile cu aspect abstract și jocurile care presupun un suport material abstract și un număr de reguli (în care rezidă aluzia la experiența de

viață) au un rol stimulativ foarte mare, că de la o anumită vîrstă ele acționează mai complex și mai eficient asupra copilului decît jucăriile cu aspect « realist » (păpuși, truse de gătit, automobile miniaturale) și, cert, mai eficient decît jocurile ce limitează imaginația prin legarea prea strînsă de concret (ca zonă de aluzii sau ca aspect vizual).

Credem, însă, că, departe de a abandona sau neglija zona jucăriilor ce fac aluzie la realitate, corectivul adus ar trebui să țină de creșterea încărcăturii lor estetice. Un număr de artiști care au abordat domeniul demonstrează că el este fertil și pentru artă și pentru copii. Anul acesta am putut vedea la București o expoziție * cu propuneri de acest tip, unele foarte interesante, și meritorie ni s-a părut încercarea de a extinde intervenția de la jucărie la întreg mediul de viață al copilului. Sugerăm că asemenea propuneri ar trebui privite cu mai mult interes de industrie, de comerț, de forurile de a căror decizii depinde ca obiectele să ajungă la consumatorii lor, și de asemenea că artiștii înșiși pot interveni asupra domeniului jucăriilor încă mai serios. O altă expoziție ** deschisă tot în acest an în capitală, ne oferea imaginea jucăriilor create în satele cu populație săsească și puteam constata cîtă imaginație se consuma în arta populară pentru obiectele destinate copiilor. Revenind la problema jocului, ca mod de exercițiu pentru lume, și legat de lumea copilăriei, trebuie să facem cîteva precizări. Tipic în societățile moderne pentru comportamentul copilului, jocul, ca mod de manifestare, nu e definitiv abandonat de omul adult, rămînînd în plan secund sau secret, o dimensiune a spiritului său. Numai că, odată cu maturizarea, raportul între funcția jocului și a actelor necesare se schimbă, ca și ponderea acestui raport, și, din exercițiu pentru legitatea socială, el devine, la omul matur, expresie a libertății. Pentru a lăsa să se întrevadă gravitatea domeniului amintim că Roger Cailloix vede în jocurile de diverse tipuri (bazate pe « vertige » sau pe ordine numerică) premisele unor modele de structuri sociale ce presupun fie anularea individualității în colectivitate fie, din contră, precizarea individualității. Nu vom face o analogie forțată între aceste funcții ale jocului și cele ale jocului în copilărie, deși similitudinile nu lipsesc. Găsim însă în aceste precizări teoretice premisele unor forme, unor genuri ale artei moderne care nu mai sînt chiar atît de noi (happening-ul de pildă) și care pot servi ca model și punct de plecare unor tipuri de artă adresată copiilor. Experimentul lui Mark di Suvero, de pildă, care a constat din construirea unui imobil din deșeuri, propus spre modificare și spre intervenția liberă, vizitatorilor, este foarte sugestiv. Putem aminti mai multe zone de happening, precizînd că ne referim la ele doar ca *modalitate* de manifestare. Asemenea modalități ar putea contribui la reducerea fisurii dintre universul infantil și cel al oamenilor maturi ce ambiționează să îl modeleze, și chiar dacă artistul își urmează impulsul propriilor nostalgii, intervenția lui ar înlocui cu consecințe de dorit activitatea nefastă a nenumăraților nechemați ce oferă copiilor modele culturale periferice și banale dacă nu chiar nocive.

Dinspre acea zonă nouă de interferență între genuri, care este environmentul, vin alte sugestii. Obiectele-tapiserii tridimensionale ale soților Eva și Wilhelm Heer, experimentul lui Gorki Zuvela (în care copiii au fost antrenați la un joc deschis cu opera de artă), la Zagreb și, în arta românească, acțiunea organizată de artista decoratoare Maria Văgîi, într-un parc din București, cu frînghii și tapiserii mobile (avînd ca subiecți copii preșcolari) ne furnizează cîteva fericite exemple de interferență creatoare între artă și joc.

Toate aceste tipuri de acțiuni, solicitînd participarea, declanșînd acțiunea pe baza unor reguli implicite (fiindcă reguli există chiar acolo unde libertatea gestului este foarte mare) fructifică în primul rînd spontaneitatea.

Să ne oprim și asupra cîtorva propuneri ale unor creatori români care abordează jocul ca pe un mod complex de antrenare intelectuală, și care se bazează pe reguli evidente. Primul exemplu îl oferă complexul de forme — moduli expus de Adrian Maftei, la fosta Galerie Nouă, într-o încăpere destinată (cel puțin ideal) contactului nestînjenit al copiilor cu obiectele, ce se puteau asambla și dezasambla după reguli derivînd din logica formelor. Jocul se adresa unor vîrste diverse și încerca să acționeze pe baza calităților plastice ale modulilor și ansamblurilor. Dincolo, însă, de interesul binemeritat din partea oamenilor de artă și a unui grup restrîns de copii, experimentul a rămas departe de marea masă a copiilor, care adesea continuă să-și petreacă timpul de joacă în parcuri stereotipe, cu cîteva leagăne vopsite violent, două-trei animale de tablă (asta în cazurile mai fericite). Sau pot contempla cum se distrează adulții la barăcile de tir decorate cu prost gust într-un orășel al copiilor în care principalele atracții sînt caruselele de diverse mărimi și viteze, și unde se combină, fără nici o perspectivă estetică, reminiscențele bîlciului de altădată și imitații grosolane ale desenelor animate. Să ne oprim aici însă cu critica, și să remarcăm doar ce extraordinar loc pentru intervenția artistului ar putea fi spațiile de joc din centrele urbane, din care frumosul natural se retrage atît de rapid, iar frumosul artificial înaintează atît de greu, lăsînd între ele un spațiu mult prea mare pentru proliferarea urîtului, kitsch-ului și grotescului descurajant.

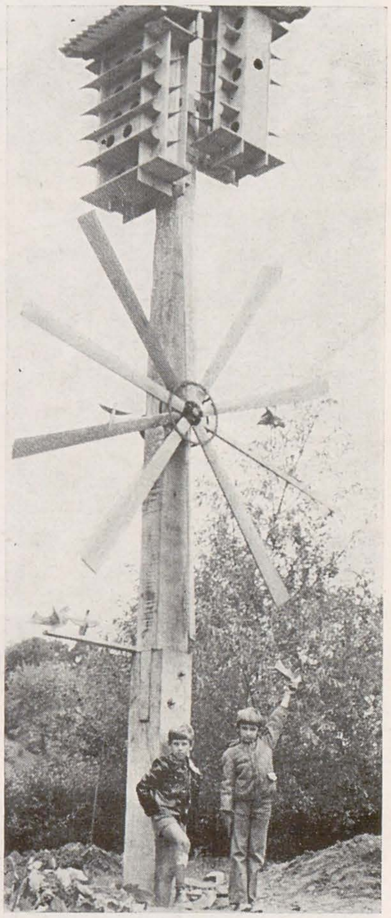
Deși jocurile realizate de Mihai Nazarie, Dan Velescu și Radu Vișan (tineri absolvenți ai secției de design), și expuse la Galeria Orizont 35, se adresează mai curînd oamenilor maturi și tineretului, ele sînt totuși sugestive pentru încercările creatorilor români de a impune, într-o zonă a producției adresată marelui public, preocupări grave și sistematice pentru destinația și modul de realizare a obiectelor. Că domeniul obiectelor destinate copiilor și adulților și care urmăresc scopuri formative și de relaxare este oarecum neglijat de industria noastră, nu constituie pentru nimeni o noutate, așa cum nu este o noutate faptul că se depun eforturi serioase de a se corecta această stare de lucruri, încercîndu-se în industria noastră ușoară o modernizare a concepției despre obiectul de consum ca purtător de mesaj. Chiar înființarea secției de design la institutele de arte plastice și de arhitectură este o expresie a acestei preocupări, și îmbunătățirea condiției artistice a obiectelor de uz curent revine, nu în ultimul rînd, designerilor formați aici. Jocurile propuse, deci, de cei trei creatori, au la bază un sistem complex de reguli, și remarcabilă este încercarea de a transpune (pe bazele unei cercetări serioase), la nivelul regulilor, anumite forme de conduită.

Iată-ne la capătul enumerării celor cîtorva tipuri de tentative mai importante de intervenție în universul copiilor prin intermediul jocului, jucăriilor și spațiilor de joc.

Sîntem însă datori să semnalăm, fără nici o ambiție de a le analiza concludent, alte zone cel puțin la fel de importante: cartea (în ce ne privește, ilustrația de carte), filmul și emisiunea de televiziune pentru copii. În toate aceste domenii se operează pe baza unor complexe artistice — fie literatură plus imagine, fie text literar și muzical plus imagine (spectacol în care imaginea operează la două nivele în cazul filmului și televiziunii). Nici unul dintre aceste domenii nu îl putem aborda în deplinătate, această sarcină revenind firesc criticilor specializați, dar și aici sînt de semnalat și reușite, și fapte de rutină, și erori.

În ce privește ilustrația de carte, ne vom referi la ea fiindcă ne oferă o sumă de exemple pozitive pe care le privim cu satisfacție și cu nostalgie, sperînd că vom putea, cu timpul, semnala reușite similare și la intervențiile în spațiul de joc, la film și la televiziune.

Că există o bună ilustrație românească de carte o dovedesc numeroasele expoziții cu acest subiect, premiile internaționale, și, mai cu seamă, prezența în librării a unor cărți cu adevărat frumos și *adecvat* ilustrate (și cînd spun adecvat înțeleg prin acest termen colaborarea perfectă între text și imagine, în care nici unul nu se subordonează celuilalt și amîndouă contribuie cu sugestii conjugate la restituirea unei impresii de ansamblu).



RODICA STANCA PAMFIL: Columbar (mobil, Arcuș, 1976)

Amintim pentru a argumenta aceste afirmații ilustrațiile lui Constantin Baciu la Sadoveanu, Hogaș, Arghezi, Creangă, ilustrațiile la texte din literatura universală (Rabelais, De Coster, Eminescu) ale lui Val Munteanu, ilustrațiile lui Stan Done la basmele românești, ilustrațiile lui Octav Grigorescu la Oscar Wilde și desenele sale din ciclul « Păcală ». Și lista s-ar putea extinde.

Am insistat asupra ilustrației de carte pentru că, din toate domeniile la care ne-am referit, în arta românească acesta este domeniul cel mai bine reprezentat și mai serios abordat.

Nu cred că este cazul să propunem cititorului, după aceste cîteva *sugestii de dezbatere*, niște concluzii. Problema întîlnirii dintre artă și lumea copilăriei este prea vastă, prea gravă și presupune prea multe nuanțări ca să ne permitem niște concluzii. Cuvintele lui Arghezi, care atenționa că a crea un ceas mic nu presupune mai puțin meșteșug decît a crea . . . un ceas mare, că, deci, arta care se adresează copiilor nu este un gen minor și nu trebuie lăsată în seama artiștilor minori, închid o frumoasă parabolă despre responsabilitatea artistului față de copii. Să nu uităm că una dintre marile dimensiuni ale artei a fost de totdeauna cea educativă.

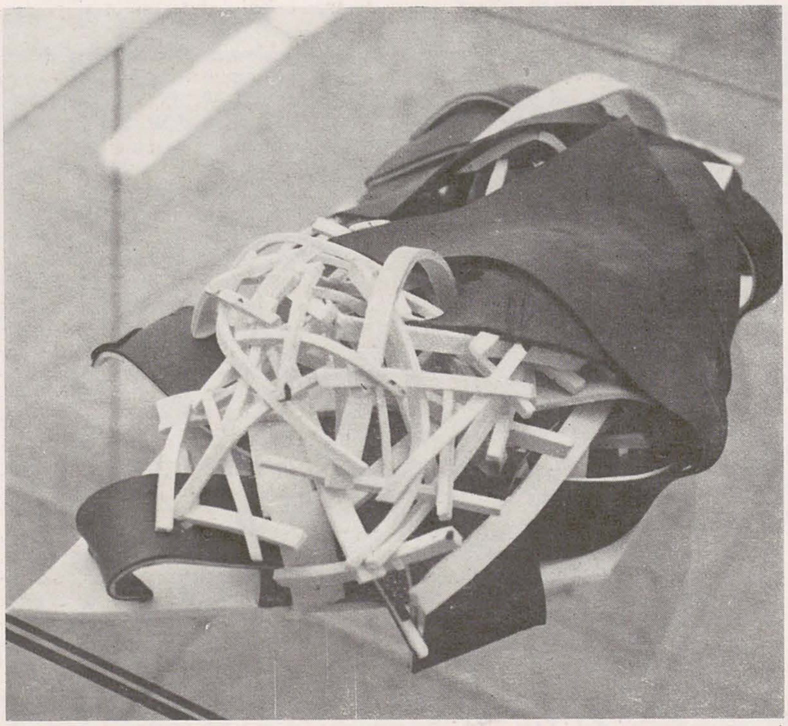
* Expoziția de artă decorativă, dedicată Anului internațional al copilului, Simeza, iunie 1979.

** Expoziție de jucării din zona Transilvaniei, organizată la Casa de cultură Fr. Schiller, cu concursul Muzeului Satului.

simpozion de creație la fabrica de porțelan «iris»

olga bușneag

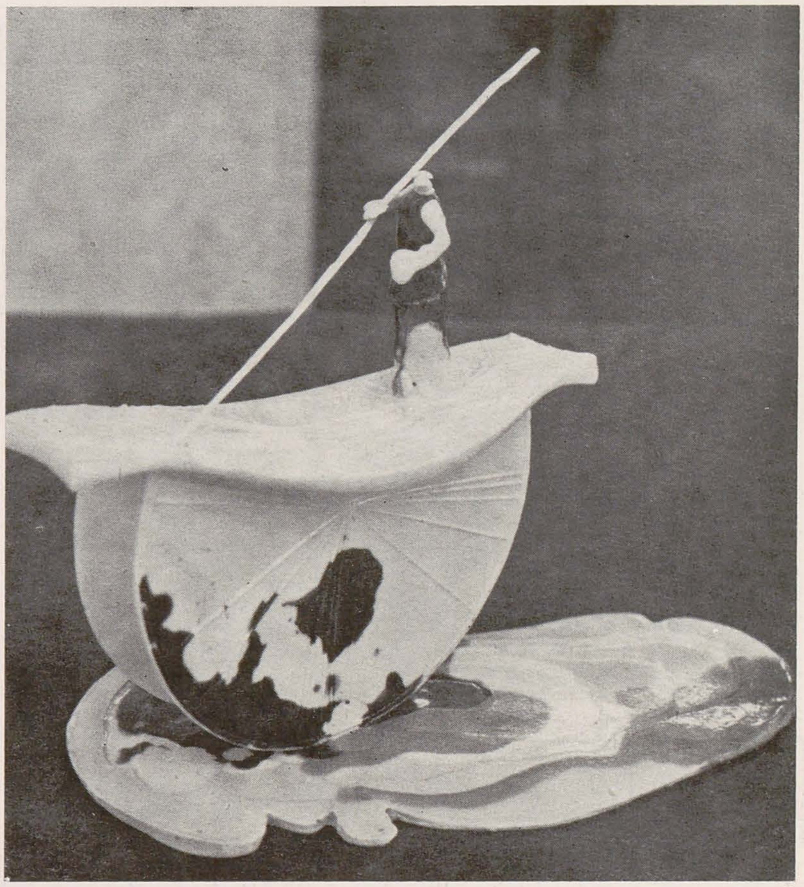
În primul semestru al anului 1979 a fost deschisă în orașul Cluj-Napoca expoziția Simpozionului de creație de la Fabrica de porțelan « Iris » (desfășurat cu puțin înainte).
Înainte de a examina problemele ridicate și « producția » ultimei ediții a acestui prestigios simpozion devenit tradiție (ne aflăm acum la cea de a patra ediție), țin să subliniez atmosfera de interes intensiv pentru fenomenul ceramic care s-a dezvoltat în ultimii ani în cel mai important centru transilvan — Cluj-Napoca. Este « opera » a doi profesori de excepție — *Ana Lupaș* și *Mircea Spătaru* — de a căror susținută activitate formativă s-au bucurat cîteva serii de absolvenți ai secției ceramică-sticlă de la Institutul de arte plastice « Ion Andreescu ». Rezultatele unui modern proces educativ, desfășurat într-un spirit de exemplară colaborare magister-student, le-am putut observa la « Quadrienala de artă decorativă a țărilor socialiste de la Erfurt », 1978 (unde lucrarea de grup « Porțelan — utilitate — expresie » a fost distinsă cu o diplomă de onoare), în cadrul județenei de artă decorativă de la Cluj-Napoca (decembrie '78), în contextul Expoziției simpozionului de porțelan de la « Iris » și cu prilejul expoziției din iunie 1979 a lucrărilor de diplomă a promoției de absolvenți 1979 (secția ceramică-sticlă). Orientarea către cercetarea fundamentală, un pronunțat accent prospectiv în explorarea expresiei ceramice, un sporit coeficient de socialitate al obiectelor, o exigență profesională maximă — iată cîteva din trăsăturile ce definesc lucrările tinerei generații de ceramiști și sticlari formați la Cluj-Napoca.
La cea de a patra ediție a Simpozionului de la fabrica de porțelan « IRIS » au participat: *Ioana Șetran, Alexandra Gheorghe, Rodica Mazilescu, Tereza Panelli* (București); *Martha Jakobovits* (Oradea); *Arina Ailincăi, Antik Alexandru, Ieremia Hnat, Komaromy Arpad, Maté Istvan, Gheorghe Rusu, Ion Sumedrea* (Cluj-Napoca).
A fost o echipă « de zile mari », de o rară coerență artistică și — ceea ce este și mai rar — de un pilduitor și stimulativ spirit de colaborare. Tema simpozionului — bibeloul — s-a dovedit a fi un impuls neașteptat de fertil pentru creativitatea participanților. « Răspunsul » majorității echipierilor s-a conturat ca o atitudine de protest față de kitsch — fenomen de înstrăinare, periculos nu doar pentru alterarea gustului ci deopotrivă pentru pervertirea spiritului consumatorului. Simpozionul s-a desfășurat sub semnul reconsiderării conceptului clasic de « bibelou » — concretizat adesea printr-un element pompos, retoric, agrement facil de un gust îndoielnic — foarte frecvent: un kitsch. Gîndite a fi capete de serie pentru viitoarea producție a întreprinderii clujene, aceste obiecte anti-bibelou au o subtilă încărcătură poetică și o specială forță de impact asupra receptorului. Artiștii participanți au înțeles importanța și complexitatea dialogului



1

obiect-spațiu, capacitatea elementului ceramic de a modifica ambianța și, prin aceasta, de a influența activ, modelator, straturile cele mai profunde ale conștiinței. Cercetarea expresiei porțelanului s-a conjugat fericit cu explorarea socialității obiectului. Realizate în spiritul unei desăvîrșite tehnologii, prototipurile produse la fabrica « Iris » vorbesc de o modernă responsabilitate a artistului față de obiect și totodată de un nou spirit de colaborare între creatori și tehnicieni, de o conștiință profesională comună. Și tocmai această conștiință comună a acționat energic împotriva meschinăriei procedeelor factice caracteristice vechii producții de bibelouri. *Gustul, afecțiunea pentru natură* poate fi considerat numitorul comun al majorității lucrărilor realizate la această ediție a simpozionului. Le putem grupa în două categorii distincte: obiecte utilitar-decorative și obiecte decorative. În prima categorie se includ casetele Arinăi Ailincăi. Lucrările acestei tinere artiste au totdeauna o delicată componentă emoțională, o rafinat disimulată investitură poetică, cutezanțe formale pline de grație feminină. Capabile să acroșeze privirea sînt și casetele concepute de Alexandru Antik, care procedează critic față de bibeloul clasic, avînd o conduită acut contemporană: el sustrage și integrează în alt context elementul kitsch; în cazul său, universalul bébé de celuloid devine ornament al unui container, a cărui riguroasă morfologie n-o afectează cu nimic; dimpotrivă, o pune în valoare. Preponderente în expoziție au fost însă obiectele pur decorative care se subîmpărțeau și ele în trei sectoare: unul, covîrșitor, alcătuit din elemente inspirate din forme biologice și care configura un pitoresc și insolit bestiar; celelalte două, minoritare, reprezentate, pe de o parte, de incursiunile personale ale Arinei Ailincăi, Alexandru Antik și Tereza Panelli în orizontul tradiționalei plastici mici, pe de alta, de exerciții pline de har ce recapitulează mișcarea mîinilor, exerciții semnate de Alexandra Gheorghe și Tereza Panelli.
În sectorul formelor inspirate din inventarul naturii, broaștele țestoase ale Ioanei Șetran (de o precizie fascinantă ce se convertea în frison vital) — concurau modelul real. În direcția unei fotografice observări a realului s-au orientat și Ion Sumedrea (« Bufnițe ») și Ieremia Hnat (« Cal »). Alți artiști, precum Alexandra Gheorghe (« Furnici » și « Raci »), Martha Jakobovits (« Șerpi »), Rodica Mazilescu (« Brontozaur »), Komaromy Arpad (« Pisică »), Maté Istvan (« Păun »), Gheorghe Rusu (« Fluturi ») au intervenit cu simplificări și stilizări specifice procedeului de lucru al fiecăruia (amintesc reptilele Marthei Jakobovits ce continuă, în fapt, desfășurările ondulatorii pe orizontală caracteristice demersului acestei artiste). Uneori se adăugau inflexiuni humoristice (v. « Furnicile » Alexandrei Gheorghe, « Brontozaurul » Rodicăi Mazilescu sau « Pisica » lui Komaromy care își avea înscris pe frunte și trup destinul de animal de pradă, purtîndu-ne gîndul la un celebru desen de Klee).
Elementele acestui bestiar, uneori cu ample și sugestive trimiteri în zona mitologicului și culturalului, capabile de a isca neașteptate înlănțuiri asociative, concurau cu succes « înghețatele », așa-zis clasicele, bibelouri de vitrină.
Arina Ailincăi a mai prezentat un modern comentar la tradiționalele statuete chinezești, iar Antik un centaur (un obiect-sabotaj la clasicul bibelou), construit cu ironie dadaistă din fragmente subtil colate. Tereza Panelli a apelat la modelul tehnologic (v. « Automobil ») pentru a-l anula prin semne de negare aparținînd aceleiași civilizații mașiniste. Elementele de Ikebana realizate de Rodica Mazilescu sînt o demonstrație de rigoare și virtuozitate, trăsături ce se constituie în « semnătura » acestei artiste. Extrema, geometrica simplitate a acestor structuri modulare este concepută ca « pendant la expansiunea organică a vegetalului ». În expoziție n-au lipsit tonul ludic, improvizațiile în care libertatea invenției, inflexiunile sensibilității și elementele de pură manualitate triumfă. Mă gîndesc la compozițiile din folii de porțelan ale Alexandrei Gheorghe sau la jocurile sofisticate din benzi ale Terezei Panelli.
Florica Vasilescu, care a « pus în spațiu » exponatele, a mers, cu fină intuiție, pe firul gîndului creatorilor, subliniind, prin intervenția elementelor vegetale și prin impostarea în spațiu a obiectelor, delicatul sentiment ecologic ce străbate expoziția.
Expoziția simpozionului de porțelan de la fabrica « Iris » a avut un profil mai special. A fost o expoziție cu caracter de lucru, menită să aducă încă o dată « în față » un trinom specific producției artistice contemporane: proiectantul estetic — industria — publicul. Vernisajul manifestării a fost și prilejul unei ample dezbateri la care au luat cuvîntul cadre universitare, reprezentanți de la București ai industriei sticlei și ceramicii fine, artiștii participanți la simpozion, tehnologi de la « Iris », critici de artă. S-au examinat, cu acuitate, atît probleme privitoare la activitatea specifică de creație și producție, cît și cele referitoare la « consumul » obiectului, la intrarea în circuit a propunerilor realizate la simpozion (adică faza de contractare) și s-a făcut o analiză pertinentă a kitschului, fenomen al pseudoartei.
Din discuții a reieșit că este necesară o adîncire a muncii colective, a colaborării dintre creatorul industrial, inginerul raționalizator și reprezentanții comerțului pentru a avea informațiile necesare privind gustul și necesitățile publicului. Încă nu există un sistem de informare modernă (teste sociologice etc.) asupra preferințelor publicului și nici forme de propagare pe piață care să vină în sprijinul încercării de asalt asupra prostului gust, încercare pe care simpozionul de porțelan de la Iris o schițează consecvent, an de an.
Schimbul de idei angajat pe marginea rezultatelor simpozionului a subliniat că Fabrica de porțelan « Iris », întreprindere cu solidă experiență, cu cea mai complexă experiență și tradiție în această ramură, poate deveni mîine o întreprindere-pilot, o întreprindere novatoare, de avangardă, care să promoveze cele mai îndrăznețe propuneri în materie de proiectare estetică și tehnologie.

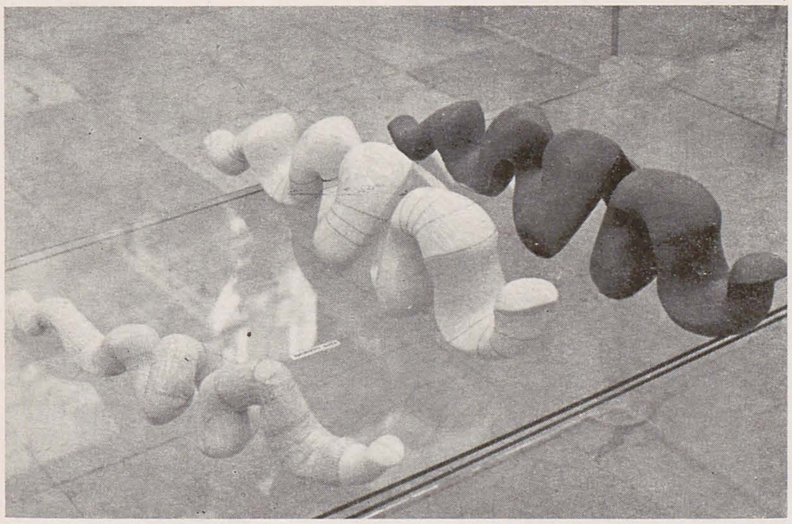
2



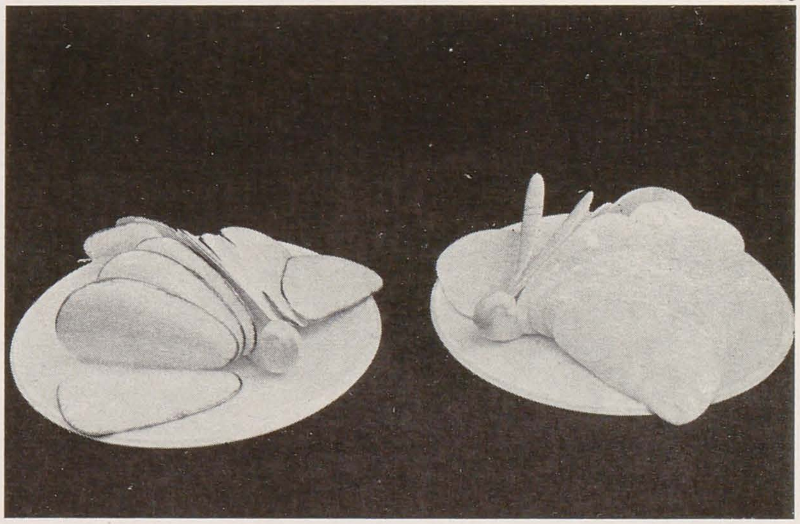
3

1. TEREZA PANELLI 2. ALEXANDRU ANTIK; 3. ARINA AILINCĂI; 4. MARTA JAKOBOVITS; 5. RUSU GHEORGHE; 6. IOANA ȘETRAN; 7. ALEXANDRA GHEORGHE

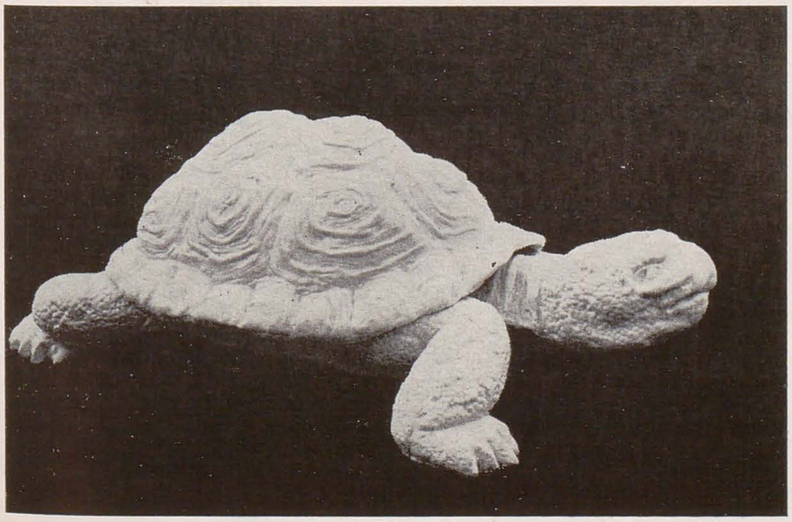
4



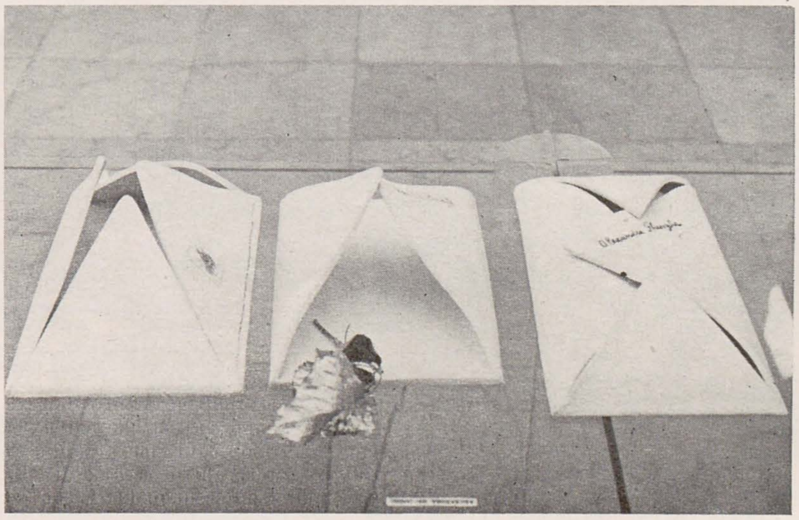
5

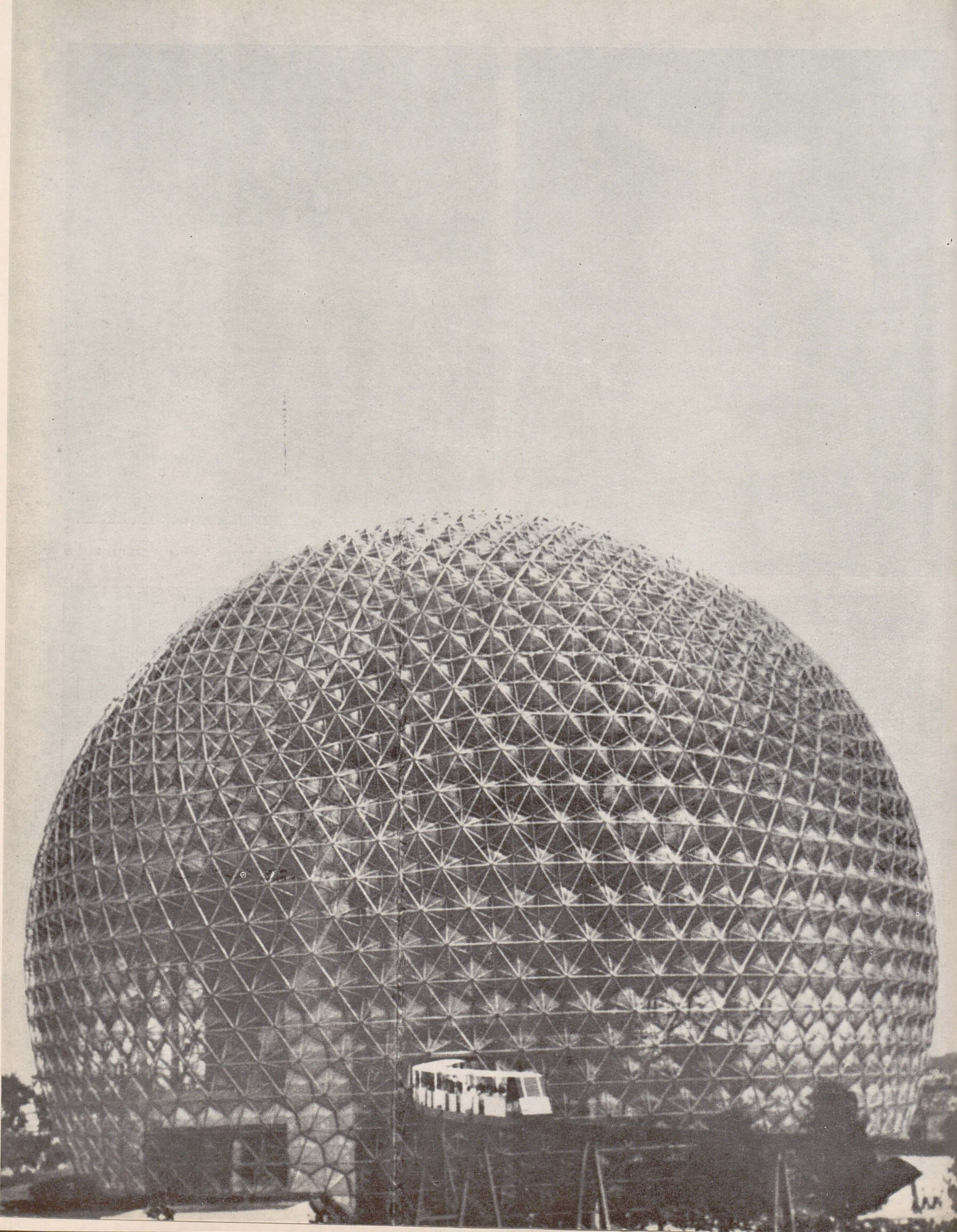


6



7





antologie

Şi această antologie, dată fiind cantitatea impresionantă a documentelor existente, de la manifeste programatice şi scrieri de orientare utopică la materiale propagandistice sau de generalizare teoretică, devine, pînă la urmă, o «selecţie din selecţie», o antologare din antologii.
Distribuirea cronologică a unor (de obicei fragmente din) texte de referinţă debutează cu începutul secolului nostru. Decuparea este, se înţelege, arbitrară, şi se datorează exclusiv unor raţiuni de spaţiu, căci este suficient să enumerăm şi alte surse importante anterioare, veritabili «strămoşi» în problematica designului: C.N. Ledoux «Arhitectura considerată sub raportul artei, moravurilor şi legislaţiei» (1804); Charles Fourier «Noua lume industrială şi societarii» (1822) şi «Oraşe muncitoreşti» (1849); Etienne Cabet «Călătorie în Icaria» (1840); Leon de Laborde «Raport asupra expoziţiei de la Londra» (1856); Ebenezer Howard «Mîine — o cale paşnică spre o reformă reală» (1898), Patrick Geddes «Dezvoltarea oraşului» (1904), etc.
Evoluţia concepţiilor despre design — în paginile de faţă sînt urmărite în principal din perspectiva «locuibilităţii» — arată că profeţia lui Tatlin «Arta îşi încheie drumul în tehnică» îşi găseşte contraponderea într-un tot mai concret umanism tehnologic, care a corijat excesele funcţionalismului şi pentru care, cum s-a spus, natura este baza, dar omul este scopul.

1909

. . . Sînt împotriva oricăror tentative de a da viaţă artificial ornamentului atunci cînd este în joc doar estetica. Aceste tentative sînt condamnate de la bun început: nici o forţă din lume, nici măcar cea a Statului nu poate opri dezvoltarea culturii. Este o problemă de timp. Ceea ce mă afectează cel mai mult nu este dauna estetică, ci paguba economică ce rezultă din acest cult derizoriu al trecutului. Se cheltuiesc, pentru a fabrica ornamente, materiale, bani şi vieţi omeneşti. Iată adevăratul rău, iată crima în prezenţa căreia nu avem dreptul să stăm cu braţele încrucişate.
. . . Evoluţia culturii se aseamănă mersului unei armate care ar fi compusă în majoritate din oameni care rămîn în urmă. Se poate ca eu să trăiesc în 1913. Dar unul din vecinii mei trăieşte în anul 1900 iar un altul în 1880 . . . Eu afirm că aceşti oameni care rămîn în urmă întîrzie nu numai evoluţia estetică ci şi evoluţia economică a omenirii. Într-adevăr, observînd doi oameni care trăiesc în acelaşi mediu, au venituri şi necesităţi egale, dar aparţin unor perioade culturale diferite constatăm următorul fenomen: omul secolului XX îşi satisface nevoile cu un capital minim şi poate face economii. Îi plac legumele fierte şi cu puţin unt deasupra. Omul secolului XVIII are nevoie ca legumele să fie pregătite cu tot felul de ingrediente, sub supravegherea atentă a unei bucătărese care va pierde ore întregi pentru a pregăti un singur fel. Primul nu mănîncă decît din farfurii albe simple, cel de-al doilea vrea farfurii decorate care costă mai mult. Unul face economii, celălalt datorii. Iar acest lucru este valabil pentru naţiuni întregi . . . Aceasta este pierderea pe care gustul ornamentului o aduce consumatorilor; dar consecinţele pe care le are asupra producţiei sînt şi mai deplorabile. Pentru că ornamentul nu mai este un produs natural al culturii noastre, ci un supravieţuitor al trecutului, nici munca celor ce lucrează în acest domeniu nu mai poate fi plătită la un nivel normal. Aceste îndeletniciri arhaice îşi obligă victimele să lucreze cîte 20 de ore pentru a cîştiga salariul corespunzător celor 8 ore de muncă ale muncitorului modern . . . Este deci o realitate că persistenţa ornamentului la obiectele pe care evoluţia culturii le-a eliberat deja de ornamente ruinează în acelaşi timp producătorii şi consumatorii. Dacă toate produsele industriei noastre ar fi de o calitate estetică corespunzînd calităţii materialului consumatorul le-ar plăti la preţul pe care îl merită şi nu şi-ar arunca banii în vînt . . .
. . . Ornamentul modern atinge ultimul grad al urîţeniei abia atunci cînd este executat într-un material preţios de către un bun lucrător. Nimic mai odios decît un lucru efemer care vrea să dureze; imaginaţi-vă o pălărie (de doamnă) niciodată degradabilă, o expoziţie universală ale cărei pavilioane ar fi construite din marmură albă.
Omul modern este încă un izolat în societatea noastră, o santinelă, un aristocrat. El respectă ornamentele pe care le-au produs în mod firesc epocile trecute. Dar el nu mai are nevoie de ornamente şi ştie că în secolul nostru nici nu se mai pot inventa unele viabile . . .
Moartea ornamentului a contribuit din plin la dezvoltarea tuturor artelor. Simfoniile lui Bethoven n-ar fi putut fi scrise de cineva îmbrăcat în mătăsuri, catifele şi dantele . . . Strămoşii noştri îşi manifestau originalitatea prin veşmînt. Noi am devenit mai delicaţi; nu ne mai etalăm personalitatea, o disimulăm sub masca comună a îmbrăcămintei moderne. Omul de azi întrebuinţează sau respinge, după bunul său plac, ornamentele culturilor antice sau exotice. El nu inventează unele noi; îşi rezervă şi îşi concentrează facultatea de invenţie pentru alte obiecte.

Adolph Loos
(Ornament şi crimă)

1910

. . . În arhitectura organică nu putem deci separa construcţia de echipamentul ei tehnic, de terenul în care este implantată şi de peisaj. Spiritul în care sînt concepute aceste construcţii face ca cele trei elemente să concure în a forma o singură, unică realitate. Trebuie să încercăm să le prevedem şi să ţinem seama de ele în elaborarea structurii. Ele nu trebuie să devină simple detalii ale caracterului acestei structuri. Trebuie încorporate (sau excluse) iluminarea, încălzirea, ventilaţia. Totul, chiar şi scaunele, mesele, micile piese de mobilier şi instrumentele muzicale trebuie să aparţină construcţiei, să nu fie niciodată elemente adăugate întîmplător. A face astfel din locuinţa omului o operă de artă sie-însăşi suficientă, expresivă şi frumoasă în sine, în raporturi strînse cu viaţa modernă, îngăduind-o, adaptîndu-se mai liber şi mai adecvat nevoilor celor ce-o locuiesc, entitate armonioasă în sine ale cărei culori, desen şi natură corespund exigenţelor confortului pe care îl exprimă într-un limbaj propriu — iată şansa incredibilă oferită arhitecturii americane moderne. Baza veritabilă a unei veritabile culturi.

Frank Lloyd Wright
(Arhitectura organică)

1914

Începînd* cu secolul al 18-lea, nu se mai poate vorbi de arhitectură. Ceea ce numim arhitectură modernă este un amestec stupid de elemente stilistice din cele mai diverse care servesc la mascarea structurii moderne. Noua frumuseţe — cea a betonului şi a fierului — este profanată prin suprapunerea de incrustaţii decorative carnavaleşti, care nu sînt justificate nici de necesităţi structurale şi nici de gustul nostru, şi ale căror origini le regăsim în antichitatea egipteană, indiană, sau în acea stupefiantă explozie de stupiditate şi neputinţă numită neoclasicism.
Această complezenţă arhitectonică este primită cu fervoare în Italia, iar cupiditatea incompetentă venită de aiurea este calificată drept strălucitor spirit inventiv . . .
Apariţia şi dispariţia caleidoscopică a formelor, numărul maşinilor — în creştere constantă, densificarea populaţiei, . . . sute de alte fenomene ale vieţii moderne îi lasă indiferenţi pe aceşti pretinşi inovatori ai arhitecturii. Ei continuă cu încăpăţînare să aplice reguli din Vitruviu şi Vignola; ei urmăresc să impună din nou absurdităţile unei alte epoci oraşelor noastre, care ar trebui să ne reprezinte pe noi înşine în proiecţie fidelă şi directă . . . Se ridică imperios problema «casei şi a oraşului futurist», casa şi oraşul care să ne aparţină material şi spiritual, în care existenţa noastră turbulentă se va putea dezvolta fără a părea un anacronism grotesc. Problema arhitecturii *futuriste* nu este o problemă de nouă configurare lineară. Nu e vorba de găsirea unor noi tipuri de muluri sau ancadramente . . . şi nici de a decide dacă faţada va rămîne în cărămidă aparentă sau va fi placată cu piatră . . . Trebuie creată locuinţa *futuristă* după un plan valabil, construită făcînd apel la toate resursele ştiinţifice şi tehnice, trebuie satisfăcute toate exigenţele modului nostru de viaţă şi ale spiritului timpului nostru, respins tot ce este grotesc, supărător, tot ce ne este străin (ca tradiţie, stil, estetică, proporţii), admise formele noi, liniile noi, *o nouă armonie a profilelor şi volumelor*, o arhitectură care să nu aibă ca raţiune de a exista decît condiţiile particulare ale vieţii noastre moderne . . .
Arta de a construi a putut evolua în timp trecînd de la un stil la altul şi menţinînd intacte caracteristicile generale ale arhitecturii pentru că în timp ce istoria abundă în schimbări datorate modei sau impuse de mişcări religioase şi regimuri politice, foarte rari sînt factorii care antrenează modificări profunde în cadrul existenţei, distrug vechile condiţii de viaţă şi creează unele noi . . . Epoca modernă marchează sfîrşitul acestei evoluţii stilistice a arhitecturii. «Arhi-

* În 1914 doi tineri arhitecţi, Antonio Sant' Elia şi Mario Chiattone expuneau la Milano desene şi planuri ale unui «oraş nou» (Citta Nuova). Ideile revoluţionare expuse de Sant' Elia în introducerea în catalog au fost imediat reluate de Marinetti, purtătorul de cuvînt al futurismului italian, într-un «Manifest al arhitecturii futuriste» care a apărut în acelaşi an, la patru luni după manifestul lui Marinetti «Splendoarea geometriei, a mecanicii şi sensibilitatea numerelor».
Cuvintele şi pasajele în cursive au fost adăugate textului lui Sant' Elia de către Marinetti şi Cinti.

tectura se eliberează de tradiție. Ea este obligată să ia totul de la început». Calculul rezistenței materialelor, utilizarea betonului armat exclud ceea ce se înțelege prin «arhitectură» în sens clasic și tradițional. Materialele de construcție moderne și ideile noastre științifice sînt perfect incompatibile cu imperativele stilurilor istorice. Faptul că toate aceste date care există acum nu existau pe atunci este cauza antitezei flagrante între lumea modernă și lumea veche... S-a născut un nou ideal de frumusețe, încă obscur și embrionar, dar a cărui fascinație masele o resimt deja. Noi am pierdut simțul monumentalului, apăsătorului, staticului; ne-am îmbogățit sensibilitatea cu gustul practicului, al *efemerului* și al *rapidului*. Simțim că nu mai sîntem oamenii catedralelor, ai palatelor, ... ci mai degrabă oamenii marilor hoteluri, ai gărilor, ai străzilor imense...

Noi trebuie să inventăm orașul *futurist*; el va trebui să fie un imens șantier tumultuos, viu, dinamic în toate zonele sale, iar casa *futuristă* să fie asemenea unei enorme mașini... Casa din beton, sticlă și metal, *fără pictură* și fără sculptură, îmbogățită doar de frumusețea esențială a liniilor ei...

Decorativul trebuie abolit. Nu vom rezolva problema arhitecturii *futuriste* plagiind China, Persia sau Japonia, și nici urmînd orbește principiile lui Vitruviu... Totul trebuie să fie revoluționar... Trebuie transferată problema bunului gust din domeniul meschin al capitelului, către domeniul mai vast al «marilor grupări de mase», al vastelor proiecte urbanistice.

Refuz și disprețuiesc

1. *Toată pseudo-arhitectura de avangardă din Austria, Ungaria, America și Germania*
2. *Toată* arhitectura clasică, solemnă, hieratică, teatrală, decorativă, monumetală, frivolă, agreabilă
3. Îmbălsămarea, reconstruirea și reproducerea monumentelor și *palatelor antice*
4. Liniile perpendiculare și orizontale, formele cubice și piramidale care sînt statice și apăsătoare, absolut străine de noua noastră sensibilitate

Și proclam

1. că arhitectura *futuristă* este arhitectura calculelor, a îndrăznelii și a simplității, arhitectura betonului armat, a fierului, a sticlei, a fibrelor textile și a tuturor acestor înlocuitori ai lemnului, pietrei și cărămizii care fac posibilă atingerea unei elasticități și ușurințe maxime;
2. că asta nu va reduce arhitectura la o combinație aridă a practicului și a utilitarului; că ea rămîne o artă, adică o sinteză și o expresie;
3. că liniile oblice și eliptice sînt dinamice prin însăși natura lor și au o forță de a emoționa de mii de ori superioară liniilor perpendiculare și orizontale, și că este imposibil de realizat fără ele o arhitectură integrînd o dinamică;
4. că decorația, ca element supraadăugat arhitecturii este o absurditate iar «valoarea decorativă a arhitecturii *futuriste* depinde în întregime de utilizarea originală și de dispunerea materialelor brute sau nude sau violent colorate»;
5. că, asemenea anticilor care se inspirau din natură, noi, care sîntem artificiali din punct de vedere material și spiritual, trebuie să ne inspirăm din imensul univers mecanic nou pe care l-am creat și căruia arhitectura trebuie să-i fie expresia superioară, sinteza cea mai completă...
6. *Arhitectura, ca artă de a aranja formele construcțiilor conform unor criterii prestabilite este moartă*
7. *Arhitectura trebuie înțeleasă ca un efort de a crea, cu libertate și mare îndrăzneală, o armonie în cadrul de viață și e destinată să facă din lume și din lucruri o proiecție directă a spiritului*
8. O arhitectură astfel concepută nu va putea da naștere unui uzaj rutinier al formelor și volumelor deoarece caracteristicile fundamentale ale arhitecturii futuriste vor fi vulnerabilitatea și nepermanența ei. «Casele vor dura mai puțin decît noi. Fiecare generație va trebui să-și construiască orașul». Această constantă reînnoire a cadrului arhitectural va contribui la victoria futurismului... în lupta neîncetată împotriva cultului trecutului.

Antonio Sant' Elia,
Filippo Tommaso Marinetti
(Arhitectura futuristă)

1919

Arhitectura este scopul oricărei activități creatoare. S-o completeze înfrumusețînd-o era odinioară misiunea principală a artelor plastice. Ele făceau parte din arhitectură, de care erau legate indisolubil. Astăzi fiecare dintre ele duce o viață autonomă... Arhitecți, pictori și sculptori trebuie să redescopere caracterul funciar complex al arhitecturii...

Școlile trebuie să redevină ateliere. Acest univers în care nu ești decît desenator sau nu ești decît artist trebuie să redevină un univers arhitectural...

Arhitecți, sculptori, pictori, trebuie să revenim cu toții la meșteșug! Nu există «artă profesionistă». Nu există diferență de natură între artist și artizan. Artistul nu e decît un artizan inspirat. Dar orice artist trebuie în mod obligator să posede o competență tehnică. Aici se află adevărata resursă a imaginației creatoare.

Să formăm deci o corporație de tip nou, o corporație fără această separare în clase care ridică un zid de dispreț între artizan și artist. Împreună să concepem și să realizăm arhitectura nouă, arhitectura viitorului, în care pictura, sculptura și arhitectura să fie una.

Walter Gropius
(Manifestul Bauhaus-ului)

martie 1919

Arbeitsrat für Kunst*

... Arta și poporul trebuie să formeze o unitate. Arta nu mai trebuie să fie privilegiul unei minorități, ci privilegiul și viața maselor. Scopul nostru este integrarea artelor într-o mare arhitectură. Pe această bază cerem:

1. Recunoașterea caracterului public al oricărei construcții... Dirijarea unificată a urbanismului fără limitarea libertății indivizilor. Sarcini noi: case de cultură (maisons du peuple) pentru educarea artistică a maselor.
Terenuri permanente de experimente pentru realizarea noilor concepții în arhitectură
2. Desființarea Academiei de Belle-arte, a Academiei de Arhitectură și a Comisiei artistice a Prusiei. Înlocuirea acestor instituții și o nouă delimitare a cîmpului lor de activitate reflectînd forțele vii ale artiștilor...
3. ... o reformă fundamentală a învățămîntului artistic și artizanal. Atribuirea unei subvenții de stat pentru formarea de maeștri în ateliere pedagogice.
4. Reanimarea muzeelor și transformarea lor în instituții de educație pentru popor. Organizarea de expoziții, conferințe și vizite accesibile întregului popor... Organizarea de colecții de studiu pentru artiștii decoratori. O repartiție echitabilă a fondurilor de stat pentru achiziționarea de opere vechi și noi.
5. Distrugerea monumentelor fără valoare artistică... Sistarea proiectelor de muzee ale războiului.
6. Constituirea unui organism de stat pentru conservarea operelor de artă în cadrul legilor ulterioare.

Walter Gropius
(Circulara program)

* Un cerc de artiști și prieteni ai artei format la Berlin, propunîndu-și reunirea tuturor forțelor decise să contribuie la reconstrucția vieții artistice.

1920

Un rol important în construcțiile spațiale revine valorilor tactile sau vizuale născute din combinarea de materiale variate. Toate aceste materiale, fără excepție, sînt produse pe cale industrială.

1. Afirmăm că spațiul nu poate fi modelat decît de la interior către exterior, utilizînd profunzimea sa, și nu de la exterior către interior, servindu-ne de volumul său. Spațiul absolut este el altceva decît o profunzime unică, continuă, nelimitată?
2. Refuzăm să vedem în volum unicul element utilizabil pentru edificarea de construcții arhitectonice cu trei dimensiuni în spațiu. Dimpotrivă, cerem să se recurgă la stereometrie pentru construcțiile plastice.
3. Respingem culoarea decorativă ca element pictural în construcții. Cerem ca materialele solide să fie acelea care să joace acest rol de element pictural.
4. Respingem linia decorativă. Cerem ca fiecare linie a operei ce artă să indice liniile de forță interne ale subiectului.
5. Nu ne mai mulțumim cu elementele statice ale formei... Cerem introducerea timpului ca element nou și afirmăm că trebuie recurs la mișcarea veritabilă în arta plastică pentru a face posibilă crearea unor ritmuri cinetice care nu vor fi pură iluzie.

Naum Gabo,
Antoine Pevsner*
(Principii de bază ale constructivismului)

1924

Viața trebuie eliberată de amestecul trecutului, de eclectismul parazitar pentru a-și putea relua cursul normal. Tot ce aparține încă trecutului este eclectic: ... pictura la peisaj, statuile libertății, arcurile de triumf și mai ales edificiile în stil antic, toate sînt eclectice în epoca aeroplanului și a radioului. De fapt automobilul aparține deja «debaralei cu lucruri inutilizabile», ca și telegraful și telefonul. Noul domiciliu al omului este în cosmos. Pămîntul devine pentru el o stație intermediară și iată de ce trebuie create aeroporturi adaptate avioanelor și se-nțelege de la sine, avînd o arhitectură fără coloane...

... Noi, suprematiștii căutăm aliați pentru a lupta împotriva formelor trecutului...

Renegăm antichitatea clasică drept soluție a problemelor noastre. Fiecare nouă idee cere o formă nouă conformă cu ea. Iată de ce refuzăm templele antice care erau bune pentru păgîni și pentru creștini... Vrem să creăm noi raporturi plecînd de la conținutul actual, raporturi ce nu se situează în planul trecutului, ci al prezentului.

Kasimir Malévitch
(Extras din Manifestul suprematist)

1924

1. *Forma*. Pentru a asigura o dezvoltare normală a arhitecturii și a întregii arte este esențial să eliminăm orice

* Frații Gabo și Pevsner redactau la Moscova în 1920 «Manifestul realist» în care apărau principiile de bază ale constructivismului care urma să aibă o mare influență mai ales asupra arhitecturii ruse de după război (Tatlin, frații Vesnin, El Lissitzky). Gabo și Pevsner se preocupă de construcții în spațiu considerate în termeni de sculptură mai degrabă decît de arhitectură.

concept al formei care implică un tip înghețat, imobil. În loc de a ne servi de stilurile anterioare ca model, . . . trebuie să punem problema arhitecturii în termeni integral noi.
2. Arhitectura nouă este elementală: are ca punct de plecare elementele definind construcția în sensul cel mai larg — funcțiunea, masa, suprafața, timpul, spațiul, lumina, culoarea, materialele. Aceste elemente sînt plastice.
3. Arhitectura nouă este economică — își folosește resursele elementale pe cît de eficace și de economic posibil.
4. Arhitectura nouă este funcțională — are ca punct de plecare o determinare exactă a exigențelor practice, reduse la termeni preciși.
5. Arhitectura nouă este fără formă și totuși exact determinată — nu este supusă nici unui model estetic imobil. Nu există tipar . . . capabil să reproducă suprafețele funcționale impuse de exigențele practice, vii. Spațiul funcțional este strict divizat în suprafețe dreptunghiulare fără vreo individualitate. Deși fiecare este în funcție de celelalte putem să ni le reprezentăm ca întinzîndu-se la infinit . . .
6. În noua arhitectură conceptul de « monumental » s-a eliberat de noțiunea de mare sau mic . . . Nimic nu există decît în termeni de interdependență.
7. Nici un factor pasiv în noua arhitectură . . . Caracterul deschis al ferestrei joacă un rol activ prin opoziție cu caracterul închis al suprafeței pereților. Nicăieri o deschidere sau un gol nu ocupă un loc în prim plan; totul este strict determinat de contrastele necesare . . .
8. Planul de fundații:
Arhitectura nouă a deschis pereții punînd capăt segregării interior-exterior. Zidurile nu mai sînt suprafețe de sprijin, ele furnizează doar elemente portante. Rezultatul este un plan de fundații în întregime diferit de cel clasic.
9. Arhitectura nouă este deschisă. Toată structura este constituită dintr-un spațiu divizat conform unor exigențe funcționale variate. Suprafețele de diviziune interioare care separă diferitele spații funcționale pot fi mobile — ele pot fi înlocuite prin suprafețe intermediare sau panouri mobile . . .
În faza următoare a dezvoltării arhitecturii planul de fundații va dispărea complet. Planul de fundații care prestabilea o compoziție spațială cu două dimensiuni va fi înlocuit printr-un sistem de susținere redus la puncte de susținere cele mai simple și cele mai puternice. Pentru aceasta . . . se va recurge la calculul non-euclidian care, luînd în considerare cele patru dimensiuni, face ca totul să fie foarte ușor.
10. *Spațiu și timp*
Arhitectura nouă ia în considerare nu numai spațiul, ci și dimensiunea timp . . . Exteriorul arhitectural va putea astfel căpăta un aspect nou și complet plastic (aspect relevant pentru spațiul timp cu patru dimensiuni).
11. Arhitectura nouă este anticubică — nu încearcă să includă toate celulele spațiului funcțional într-un cub închis, ci le proiectează după o mișcare centrifugă din centrul cubului către exterior. În acest fel înălțime, lățime, adîncime plus timp conduc la o expresie plastică complet nouă; la un aspect ce pare o provocare aruncată legilor gravitației.
12. *Simetrie și repetiție*
Arhitectura nouă a eliminat repetiția monotonă . . . și imaginea în oglindă, simetria. Nu există repetiție în timp, imobile aliniate, standardizate.
Un pateu de case este un tot în sine, la fel ca și o casă individuală. Legile aplicate unei case se aplică și unui pateu de case și orașului. În locul simetriei arhitectura nouă oferă un echilibru al părților inegale . . .
Egalitatea acestor părți se bazează pe nonsimilitudinea lor . . .
13. În opoziție cu frontalismul, care-și avea originea într-un mod de viață rigid și static, arhitectura nouă oferă bogăția plastică a unei dezvoltări în toate direcțiile spațiului—timp.
14. Culoarea: Arhitectura nouă a abolit utilizarea picturii ca mod de expresie imaginativ separat . . . Arhitectura nouă admite utilizarea culorii ca organ permițînd exprimarea raporturilor ei în spațiu — timp. Fără culoare aceste aspecte raporturi nu sînt reale, sînt *invizibile* . . . Într-o fază ulterioară a dezvoltării culoarea va fi poate înlocuită printr-un material avînd culoarea sa proprie (o problemă pentru chimiști) . . .
15. Arhitectura nouă este antidecorativă . . . Culoarea nu este un element decorativ al arhitecturii, ci modul ei de exprimare organică.
16. Arhitectura ca sinteză a neoplasticismului. Construcția este o parte a arhitecturii noi care, combinînd toate artele sub aspectul lor elemental, revelează adevărata lor natură . . . Avînd în vedere că arhitectura nouă exclude imaginile (nici picturi, nici sculpturi ca elemente separate) este de la început evident că își propune să creeze un tot armonios cu totalitatea mijloacelor esențiale. În acest fel fiecare element arhitectural își aduce contribuția la realizarea unui maximum de expresie plastică plecînd de la o bază logică, fără a neglija nimic din cerințele practice.

Théo van Doesburg
(Pentru o arhitectură plastică)

1926

Bauhaus-ul vrea să servească dezvoltării unui habitat conform cu necesitățile epocii, de la simpla ustensilă menajeră la casa prefabricată. Convins de necesitatea unor raporturi profunde între ustensilă și casă Bauhaus-ul încearcă, prin intermediul unor studii sistematice în teoria și practica domeniilor formale, tehnice și economice, să degaje forma fiecărui obiect din funcțiunile sale naturale.
Omul modern . . . are nevoie de o locuință și de obiecte de folosință cotidiană care să fie un reflex al epocii sale.
Un lucru este determinat de natura sa. Pentru a concepe un recipient, un scaun, o construcție astfel încît acestea să funcționeze corect trebuie mai întîi studiată natura lor. Deoarece ele trebuie să-și atingă scopul, adică să-și îndeplinească funcțiunea, să fie durabile, ieftine și frumoase. Cercetarea ia în considerare toate procedeele de fabricație și materialele moderne . . . Doar un contact permanent cu tehnica de avangardă, cu noile invenții în materie de materiale și construcții îi oferă individului creator capacitatea de a găsi relații vii între obiecte și tradiție, de a dezvolta o nouă manieră de abordare a operei.
Creația organică a lucrurilor plecînd de la propriile lor legi în prezent, fără înfrumusețare romantică sau afectare. Limitarea la forme și culori elementare tipice și pe înțelesul tuturor.
Realizarea de standarde pentru obiectele de uz cotidian este o necesitate socială. . . . Locuința și ustensila menajeră revelează nevoi ale masei. Crearea lor este mai mult o problemă de rațiune decît de pasiune. Mașina generatoare de standarde este un mijloc eficace de eliberare a individului de munca materială necesară satisfacerii nevoilor sale vitale, oferindu-i produse de serie mai ieftine și de calitate superioară celor artizanale. Nu este de temut o violare a individului de către standardizare deoarece concurența naturală va naște pentru același element un număr de tipuri suficient pentru a-i permite să aleagă modelul care îi convine.
Atelierele Bauhaus-ului sînt laboratoare în care se studiază și se ameliorează modele ale obiectelor apte să fie produse în serie. Bauhaus-ul vrea să formeze în aceste laboratoare un nou tip de colaborator al industriei și al artizanatului care să domine în egală măsură forma și tehnica.
Crearea de modele tipice . . . cere minți bine organizate și formate atît în ce privește practica meseriei, cunoașterea exactă a elementelor de creație mecanică și formală cît și a legilor lor de construcție.
. . . Artizanatul și industria se apropie din ce în ce mai mult. Artizanatul din trecut s-a schimbat, artizanatul viitorului tinde către o activitate globală de cercetare pentru producția industrială. Cercetările speculative din atelierele-laboratoare vor furniza modelele destinate fabricării în uzină. Modelele elaborate de atelierele Bauhaus-ului sînt reproduse în serie de către întreprinderile cu care atelierele au legătură. Producția Bauhaus-ului nu intră deci în concurență cu industria și artizanatul, ci le aduce un nou factor de dezvoltare. Bauhaus-ul pregătește, prin practică, creatori care se vor ocupa, în industrie și artizanat, de pregătirea producției. Prețul obiectelor reproduse după modelele Bauhaus-ului trebuie să fie exemplar grație utilizării tuturor mijloacelor moderne și economice ale standardizării și volumului vînzării . . . Bauhaus-ul se ridică împotriva dilentantismului art-déco și luptă pentru o nouă muncă de calitate.

Walter Gropius
(Principii ale producției la Bauhaus)

1927

Există* obiecte care sînt în același timp opere de artă și obiecte uzuale. Poate să nu fie întotdeauna evident la prima vedere, pentru o persoană simplă, că ele există pentru a ne servi. Obiectele de acest gen aparțin artei aplicate; produsele artei aplicate umplu un mare număr de muzee. A început să treacă moda care transforma în numele artei obiectele utilitare făcîndu-le inutilizabile. Omul cultivat nu-și mai dorește s-o vadă pe Palas Athena aplicată pe fundul unei cupe; recipientele în formă de cap sau de animal nu mai sînt considerate de cel mai bun gust; picioarele meselor noastre nu se mai aseamănă unor labe de leu.
Astăzi dorim obiecte utilitare fără ornamente, care să nu mai fie deghizate în altceva, care să fie eliberate de orice mască, de orice încrustație. Ceea ce nu le împiedică să fie obiecte nobile, rafinate, produse eminamente prețioase; se poate ajunge la o calitate rafinată fără a încovoia și a torsiona într-un fel absurd obiectele, fără a le supraîncărca cu motive care nu fac decît să dăuneze valorilor lor esențiale.
Configurarea obiectului este determinată de formele pe care i le impune finalitatea sa și de formele care nu sînt decît rezultatul unei dorințe de expresivitate gratuite. În ce privește forma pe care o impune finalitatea, putem spune că rezultă din legile elementului constitutiv, materialul. O masă, o cupă, un cuțit, un ciocan își capătă forma de bază de la elementul care le constituie. Forma de

* « Nu există nici o legătură inevitabilă între artele aplicate și arhitectură » spunea Hans Poelzig în 1906
Hugo Höring sublinia, cu douăzeci de ani mai tîrziu, că preocuparea pentru problemele locuinței are momentan rolul unui exercițiu preliminar, urmînd ca apoi urbanizarea să suporte o transformare radicală în deplină conformitate cu transformarea societății. Opinia lui Höring — pe atunci secretar al asociației arhitecților berlinezi « Der Ring » — deschidea noi perspective în domeniul urbanizării și al construcțiilor. (N.T.)

bază este aceeași în lumea întreagă, în orice epocă.
Forma pe care o impune finalitatea este elementul permanent al obiectului, este dorința de a face din el un mod de expresie care să-i dea caracterul său constant schimbător. În natură aparența nu constituie o problemă separată, nu există nici o opoziție față de formele pe care le impune adaptarea la folosire. Această problemă nu se pune decît pentru omenire. Este clar că problema esențială a artelor aplicate este cea a aparenței. Nu există inamic mai de temut al formei impuse de finalitate decît arta aplicată. Cauzele pot fi diferite, efectul este mereu același: o violență la adresa obiectului uzual. În noi a trebuit să se producă o mare schimbare ca să putem lua astăzi cunoștință de acest fapt; într-adevăr, de-a lungul miilor de ani de istorie a obiectelor punctul de vedere al finalității nu a exercitat decît rareori o influență eficace. Văd în aceasta semnul unei culturi noi în plină evoluție. S-ar mai putea spune că am devenit raționaliști, că nu mai acordăm o importanță specială prezenței lui Apollo cu lira în mînă pe ceainicul nostru.
Artele aplicate sau designul industrial trebuie considerate nu numai din punctul de vedere al artistului și al tehnicii ci și din acela al societății. Producțiile artelor aplicate sînt creații caracteristice ale societății . . .
. . . Ne-ar fi fost într-adevăr imposibil acum treizeci de ani să ghicim cu ce ar fi putut să semene un interior în 1927 — ne este la fel de imposibil să imaginăm cu ce va semăna o locuință în 1950. Preocuparea noastră pentru locuința de astăzi nu este decît un exercițiu preliminar așteptînd ca urbanizarea să treacă prin transformarea radicală cerută de transformarea societății și ca problemele rezultate să-și găsească în sfîrșit rezolvarea. Orașele pe care le construim azi nu reprezintă o soluție, sînt doar un expedient . . .
Living-urile noastre s-au golit. Acum ele nu mai conțin decît esențialul. Pereții au înghițit dulapurile; paturile, ziua cel puțin, încep să dispară. Arhitecții imobilelor Stuttgart Werkbund-ului au avut cele mai mari dificultăți pentru a găsi mese și scaune pentru apartamentele lor; și cu toate astea . . . există mii de mese și scaune care umplu magazinele de mobilă. Din punct de vedere utilitar ele răspund cu siguranță misiunii lor. Aparența lor este singurul obstacol . . .
Produsele designului industrial modern satisfac mai puțin ca niciodată exigențele clientelei. Bancherul de azi se întoarce acasă într-un automobil al firmei Mayback pentru a se așeza într-un salon Louis XVI. . . . Unde sînt magazinele din care se poate procura un mobilier « à la » Mayback? . . . Și unde sînt arhitecții capabili să construiască o casă « à la » Mayback, presupunînd că bancherul ar avea chef? Arhitecții nu sînt singurii responsabili; dincolo de afacerile lor, bancherilor nu le place riscul, ei nu vor să-și complice viața punîndu-și probleme legate de arhitectura locuinței lor . . .
Sarcina noastră în prezent este crearea acelor articole uzuale de care are nevoie omul modern. Avem haine de lucru și costume de sport, echipamente sportive practice, unelte, instrumente, vapoare, mașini — dar nu avem nici mese, nici scaune, nici stofe de mobilier care să se potrivească cu ele...
Cînd dintr-un obiect nu se mai poate lua nimic fără a-l distruge, ne-am apropiat considerabil de scop. Un fotoliu nu se naște cu picioare de leu sau brațe de șarpe, dar nu se naște nici în întregime din tuburi de oțel cromat.
Societatea de azi nu are nevoie de un mobilier care să afirme un nivel social, ea are nevoie de obiecte uzuale. Vrem să ne mobilăm încăperile cît mai practic, fără a fi călăuziți de reguli stilistice sau constrîngeri. Încăperile nu vor mai fi gotice sau empire, ele se vor distinge prin cultura celor ce le ocupă.

Hugo Häring
(Principii pentru o reorientare a artelor aplicate)

1928

Construirea oricărui lucru în această lume este produsul formulei funcțiune × economie. În acest fel nimic nu este operă de artă: orice artă este compoziție, și în consecință antifuncțională. Totul în viață este funcțiune, și în consecință non artistic . . .
A construi este un proces biologic.
A construi nu este un proces estetic.
Noua locuință devine o mașină de locuit și de asemenea un dispozitiv biologic răspunzînd necesităților materiale și spirituale. Epoca modernă pune la dispoziția arhitecturii noi materiale: beton armat. . . aluminiu. . . viscopă . . . sticlă armată . . . oțel propilat . . .
Noi organizăm aceste materiale într-un tot arhitectural după criterii de economie. Astfel forma individuală, structura, culoarea materialului și textura suprafeței sînt automat determinate de viață . . .
Arhitectura ca « expresie a emoțiilor artistului » nu se justifică.
Gîndirea arhitecturii în termeni funcționali și biologici, văzînd în ea un mod de a exprima procesul vital, conduce la construcția pură.
Una din calitățile epocii noastre este faptul de a fi internațională. Construcția pură este baza noii lumi a formelor.
. . . Locuința nouă este prefabricată și standardizată. Culoarea nu este decît un mijloc de a exercita deliberat o influență asupra spiritului sau mai poate fi un mijloc de orientare. Culoarea nu trebuie niciodată să servească la imitarea feluritelor materiale . . .
Locuința nouă este un produs industrial, operă a unor specialiști: economiști, statisticieni, higieniști, climatologi . . . Și arhitectul? . . . Din artist a devenit specialistul organizării.
Locuința nouă este o operă socială: ea este produsul creat de o echipă anonimă. Mai mult, orașul nou, al cărui scop este bunăstarea poporului, este rodul unei munci colective conștient organizate; efortul colectiv și efortul individual se vor uni în cadrul colectivizării generale în serviciul unei cauze comune. Contactul direct cu realitatea umană și nu acoperișurile în terasă vor face din acest oraș un oraș modern . . .
A construi înseamnă a organiza conștient procesele vitale.
A construi nu mai este preocuparea unora, ci a tuturor.
A construi înseamnă doar a organiza: a organiza viața socială, tehnică, economică și psihologică.

Hannes Meyer
(Bauhaus — a construi)

1928

Epoca noastră este orientată către economie.
Nimeni nu poate exista astăzi fără a ține seama de economie: pentru noi este vorba de forma economică. Aceasta și pentru că necesitatea unei conceperi raționale a formei urmează în mod necesar unei perioade de exagerare sentimentalistă sau paseistă (căci formele se uzează ca și veșmintele).
Forma economică este o rezultantă a funcțiunii și a materialului. Studiul materialului precede cunoașterea funcțiunii . . .
Punerea în operă a materialului este condiționată în tehnică de o lungă tradiție. Iată de ce formația tehnică constă în general din transmiterea și acceptarea unor metode consacrate. O asemenea formație nu eliberează creativitatea, ea împiedică invenția . . . Studiul metodelor de lucru poate dezvolta dexteritatea dar nu și energia creatoare.
Inventivitatea constructivă poate fi stimulată la debutant prin intermediul bricolajului, al jocului și al încercării, folosind materiale fără utilitate imediată, fără constrîngere, fără influențare, deci fără prejudecăți. Folosind deci o muncă experimentală neîngreunată de teorie.
Să încerci e mult mai bine decît să studiezi și să debutezi jucîndu-te dezvoltă curajul. Iată de ce nu începem printr-o introducere teoretică: la început materialul este singur, și dacă se poate fără folosirea uneltelor pentru a stabili un contact cît mai apropiat. Limitarea utilizării uneltelor va fi urmată de limitarea procedeelor de lucru: procedeele curente de punere în operă sînt înregistrate și apoi prohibite, pentru că nu mai pot fi inventate. Deliberat, din principiu, materialul este utilizat altfel decît în alte părți. Nu pentru a face altfel, ci pentru a nu face ca ceilalți. Nu ne conformăm normelor pentru a găsi o metodă. Vrem nu să imităm, ci să învățăm să căutăm noi înșine gîndirea constructivă.
Sînt favorizate acele materiale sau elemente care nu sînt utilizate în mod curent sau a căror punere în operă este necunoscută, generînd dezvoltarea independenței. Ca exemplu: a construi din hîrtie ondulată, celofan, etichete, ziare, cauciuc, cutii de chibrituri, confetti, ace de gramofon, serpentine, lame de ras. Rezultatele bănuite a fi inovații se revelează adesea ca făcînd parte dintr-un procedeu existent. Dar rezultatul este trăit și receptat, el fiind descoperit și nu învățat.
Ucenicia, fiind mai intensivă, valorează mai mult ca învățătura. Experiențele bricolajului sînt adesea mai bine transmise de la elev la elev decît de către un profesor distant și mai în vîrstă. Iată de ce rezultatele sînt discutate în comun. Expunerile și contra-expunerile cer o justificare fundamentală a alegerii materialului, a metodei și a formei. Raportul dintre efort și efect servește la măsurarea valorii rezultatului. Un element plus un alt element trebuie să formeze, dincolo de suma lor, și o relație interesantă. Cu cît elementele se vor îmbogăți reciproc, cu atît rezultatul va fi mai prețios iar munca va fi considerată productivă. Aceasta subliniază accentul principal al învățămîntului: economia. Economia înțeleasă ca economie de material și de muncă în ce privește efortul și ca exploatare optimă în ce privește efectul.
A economisi revine obligatoriu a planifica înainte de a realiza (reflexia este efortul cel mai ieftin). Fiecare material este utilizat dacă este posibil fără pierderi, fără rebuturi. Se fac încercări preliminare pe mici eșantioane atunci cînd materialul este scump.
Economia conduce la căutarea unor forme ușoare: volumele sînt întrecute de suprafețele mai eficace (volum plin — volum gol). Interesul se îndreaptă către construcția lineară (rețele, eșafodaje transparente), către exploatarea punctului (legături prin punct).
Animarea negativului (restul, valoarea intermediară, valoarea negativă) este poate singura noutate, poate momentul cel mai important al intențiilor formale actuale . . . O luare în considerare și o evaluare egală a pozitivului și negativului nu mai scapă nimic. Nu mai facem distincție între purtător și purtat, decorativ și decorat . . . Fiecare element sau parte trebuie să fie simultan ajutător și ajutat,

susținător și susținut. Astfel dispar soclurile și cadrele și odată cu ele monumentele caracterizate printr-o infrastructură supradimensionată și o suprastructură subdimensionată.
În nici o formă nu trebuie să rămînă ceva neutilizat. Dacă nu calculul a fost inexact, înseamnă că a intervenit hazardul. Hazardul nu este dorit și în consecință e iresponsabil. El este de altfel fără spirit pentru că vine din obișnuință.
O asemenea rigoare în autocontrolul felului în care lucrezi constă și aduce o disciplină în începuturi și în împliniri. Utilizarea la maximum a materialului este obținută testînd capacitățile sale de rezistență; comportamentul său la întindere, la comprimare; punctele sale slabe; asamblajele sale (de exemplu: un asamblaj de cutii de chibrituri — partea interioară — așezate strîns una peste alta ca niște olane, poate duce un om). A merge pînă la capătul posibilităților unui material înseamnă a-i degaja limitele de eficacitate, a se orienta organic către alte materiale, a căuta alte combinații.
Pe lîngă economia de materiale noi tindem și către economia timpului de lucru. Reușim alegînd metode simple și rapide, materiale ușor de procurat, cicluri de lucru unificate etc.
Ucenicia orientată mai mult către tehnică și economie decît către formă se deschide către o concepție statică și dinamică, înfățișează relațiile și neagă antinomia între organic și tehnic. Ea antrenează gîndirea « în construcție », vederea în spațiu. Ea împiedică supraestimarea individualismului fără a înăbuși individualitatea veritabilă.
Exercițiile asupra materiei ne deschid domenii mai formale și posibilități de creație liberă. Ele sînt alternate în cursul semestrului cu exercițiile asupra materialelor. Exercițiile asupra materiei utilizează aparența exterioară a materialului, nu energia sa internă. Suprafețele diferitelor materiale sînt confruntate prin înrudiri sau prin contraste.
Ca și între culori (tonalitate, interval, tensiune, armonie) se creează raporturi între aparențele tactile și optice ale formelor... Clasăm aparențele epidermei materialului în structură, factură și textură. Le exploatăm mai mult pictural decît constructiv, astfel încît să creăm iluzia spațiului, a suprapunerii, a penetrării...
Clasamentul sistematic al unei serii de materii ca gradație între doi poli sensibilizează pentru estimarea diferențelor de grad și a tranzițiilor (scări de la dur la moale, de la neted la rugos, de la cald la rece... Scări optice: transparent — translucid — opac, clar — neclar — invizibil).
Discutarea în comun a rezultatelor exercițiilor conduce la o observație precisă și la o nouă viziune asupra lucrurilor. Ea permite decelarea nevoilor formale actuale: armonie sau echilibru, ritm sau măsură, proporție aritmetică sau geometrică, simetrie sau asimetrie și, dincolo de asta, a centrilor de interes: abundență sau rigoare, formă complicată sau formă elementară, volum sau linie...
Pe scurt metoda de învățămînt expusă aici tinde la responsabilitate și la disciplină. Ea vrea să permită orientarea studentului către domeniul care-i este cel mai apropiat... Ea conduce la forma economică.
Învățăceii și învățătorii trebuie să învețe unii de la alții (în concurență, asta stimulează). Fără aceasta învățămîntul este o afacere proastă.

Josef Albers
(Bauhaus — ucenicia activă a formei)

1929

...Vastele exigențe ale revoluției culturale s-au impus sentimentelor și conștiinței noii noastre generații de arhitecți.
Arhitectul a înțeles rolul activ ce-i revine în construcția noii lumi.
Opera unui artist nu are nici o valoare prin ea însăși, nici o finalitate, nici o frumusețe: totul se naște doar din legăturile ei cu comunitatea...
Iată în rezumat cele trei perioade ale procesului dialectic de evoluție a arhitecților noștri:
a) refuzul artei considerată ca o problemă emoțională, individuală, practicată într-o izolare romantică;
b) creația « obiectivă » cu speranța neformulată că produsul rezultant va fi în final luat drept operă de artă;
c) creația conștientă și voluntară a unei arhitecturi obiective plecînd de la o bază științifică pusă la punct dinainte, care va avea valoare de obiect de artă. ...
...Opera de arhitectură nu există decît atunci cînd devine o formă care exercită o influență precisă asupra psihismului nostru. Pentru a ajunge aici nu este suficient să fii om modern; trebuie ca arhitectul să stăpînească în întregime mijloacele de expresie ale arhitecturii.

El Lissitzky
(Superstructura ideologică)

1950

A. Politic
1. Vrea să le creeze elevilor o gîndire politică independentă
3. În calitate de continuatoare a mișcării de rezistență a fraților Hans și Sophie Scholl vrea să susțină forțele politice progresiste
4. Vrea să întrețină relații cu alte popoare
B. Cultural
1. Școala Frații Scholl tinde la un universal om specific epocii noastre
2. ...tinde să orienteze activitatea creatorilor asupra sarcinilor vieții practice
3. Vrea mai ales să influențeze crearea de produse sociale și să ajute industria să concilieze forma și calitatea. Ea vrea să favorizeze astfel creșterea exportului și ridicarea nivelului vieții
4. Vrea să reunească diferitele domenii ale creației (limbaj, sunet, imagine, formă, construcție) într-un tot coerent.
C. Profesional
2. Învățămîntul vizează capacitatea de dominare a unor sarcini concrete, fiind legat îndeaproape de lucrul în atelier și laborator
3. Vrea să conducă elevii către propriile lor cercetări...
D. Pedagogic
3. Metodele de învățămînt trebuie să permită dezvoltarea inițiativei personale și înflorirea unei personalități libere și autonome
4. Relațiile cu alte grupuri permit o educare pentru lucru în cooperare
E. În general
1. Școala Frații Scholl vrea să devină un model de școală contemporană.

(Primul program al Hochschule für Gestaltung — Text inedit, anonim)

1953

...Școala este continuatoarea Bauhaus-ului (Weimar-Dessau-Berlin). Ea acoperă, în plus, domenii ale creației care nu aveau aceeași importanță cu treizeci de ani în urmă.
Principiul educativ al școlii este de a oferi o formație specializată pe o bază universală în raport cu o cultură generală modernă. Învățămîntul și cercetarea, experimentarea individuală și lucrul în echipă se completează reciproc.
...Pentru fi antrenați să gîndească metodic și să acționeze independent studenților li se cere să-și justifice continuu munca.
...Profesori și elevi locuiesc în perimetrul școlii. Se creează astfel o comunitate activă... a cărei compoziție conferă școlii un caracter internațional.
Secții
Domeniile de învățămînt formează un cerc ale cărui sectoare se intersectează parțial
Admiterea într-una din secții este condiționată de frecventarea cursului fundamental...
Secțiile sînt:
— Informație
Formația în acest domeniu se aseamănă celei dintr-o redacție sau departament de publicitate...
Se pregătește extinderea domeniului către radio și televiziune...
— Creație vizuală
Secția este organizată ca un atelier de grafică. Se învață tehnicile de reprezentare cele mai importante: grafica, fotografia, tipografia, expoziția. Cinematograful și televiziunea vor fi înglobate mai tîrziu. Este prevăzut un atelier de creație artistică.
— Forma produsului
Formația este în strînsă colaborare cu « Institutul pentru forma produsului » unde studenții își aplică cunoștințele practice și teoretice pentru crearea de bunuri utilitare. Studenții învață în ateliere diferitele tehnici care le vor permite realizarea de modele și machete. Acestei secțiuni îi sînt atașate ateliere de lucru în lemn, materiale plastice, metal, ceramică, tratarea suprafeței. Este prevăzut un atelier de creație artistică în prelungirea secției.
Admiterea în această secție presupune o activitate practică prealabilă într-o profesiune artizanală sau studii parțiale de arhitectură, construcții de mașini sau domenii similare.
— Arhitectură
Formația se efectuează pe baza lucrului în comun la sarcini practice, în afara specificațiilor curente ale studiului pe semestru...
— Urbanism
Formația se bazează pe realizarea în cadrul atelierului a unor sarcini practice de urbanism și amenajare...
— Cultură generală
Învățămîntul pe secții este completat de o formație generală paralelă în domeniul sociologiei, economiei, politicii, psihologiei, filologiei, istoriei contemporane, artei...
Institutul se ocupă de comenzile primite din industrie și își urmează și propriile lucrări de cercetare și dezvoltare. Elaborează bazele unei creații tehnice valabile a unor produse utile și estetice. Răspunde necesității de coordonare a factorilor tehnici, estetici și economici generați de dezvoltarea pieței mondiale. Institutul este în legătură cu alte instituții din Germania și din străinătate.

(Primul program publicat al Hochschule für Gestaltung, Ulm)

1956

...Efortul Bauhaus-ului a fost în primul rînd dirijat asupra unei sarcini care a devenit acum de o arzătoare necesitate: evitarea transformării omului într-un sclav al mașinii, protejînd producția în serie și locuința de anarhia mecanicistă, redîndu-le viața și semnificațiile. Aceasta înseamnă că trebuie create produse și construcții special concepute pentru o producție industrială. Scopul nostru era eliminarea inconvenientelor mașinii fără a sacrifica vreunul din avantajele ei reale.
Prea adesea intențiile noastre au fost, și sînt încă, greșit înțelese: se crede că mișcarea Bauhaus-ului a vrut să creeze un « stil », văzînd în clădirile și obiectele care refuză orice ornamentare și orice aluzie la un stil istoric exemple ale acestui « stil Bauhaus » imaginar. Bauhaus-ul nu avea drept scop propagarea unui « stil », a unui sistem sau a unei dogme, ci exercitarea unei influențe vivifiante asupra creației...
Foarte rare sînt instituțiile de învățămînt fondate în scopul de a promova

acest nou tip de colaborator industrial reunind calitățile artistului, ale tehnicianului și ale comerciantului. Bauhaus-ul a fost o tentativă de apropiere de lumea producției industriale și de formare a unor tineri capabili în același timp să fie lucrători, artizani și chiar creatori.

Formația oferită de Bauhaus: cursul pregătitor

. . . La baza sistemului de pregătire era un curs preliminar care punea elevul în contact, prin practică, cu noțiunile de proporție și scară, de ritm, de lumină, de umbră și culoare. Acest curs îi permitea în același timp să treacă prin toate stadiile unei experiențe elementare a materialelor și uneltelor pentru a-și putea găsi un echilibru în cadrul datelor sale naturale . . .

Formația dată de ateliere

. . . Formația manuală din atelierele Bauhaus-ului nu era un scop în sine ci un instrument pedagogic de neînlocuit.

Acest tip de învățămînt avea drept scop formarea unor creatori susceptibili, grație cunoștințelor lor în domeniul materialelor și al procedeelor de fabricație, să exercite o influență asupra producției industriale a epocii noastre.

Iată de ce am încercat să creăm prototipuri pentru industrie care nu erau doar concepute la Bauhaus ci și efectiv realizate în atelierele sale. Scopul principal era crearea de modele standard pentru articole de uz curent.

Deși prototipurile erau realizate manual, creatorii lor trebuiau să fie complet familiarizați cu modul de producere industrială; cei mai buni studenți erau trimiși să lucreze un timp în uzină. Pe de altă parte lucrători calificați veneau de la uzină la Bauhaus pentru a discuta necesitățile industriei. În acest mod, și grație influenței reciproce, se puteau produce articole de calitate, apreciate și de producător și de consumator.

. . . Se confundă prea adesea a ști să desenezi cu a putea să creezi . . . Arta nu este nici virtuozitate, nici dexteritate.

Singură formația artistică poate hrăni imaginația și puterea creatoare. Nimic mai bun, deci, pentru un student, decît o « atmosferă » de lucru și creație intense. . . .

Noul patrimoniu cultural nu se poate dezvolta la fel de repede ca noua societate pe care pretinde că o servește.

Cred cu toate acestea că pot afirma fără exagerare că comunitatea Bauhaus-ului a contribuit, prin toate cercetările ei, la înrădăcinarea arhitecturii și a creației artistice în realitatea socială.

Walter Gropius

(Concepția mea despre Bauhaus)

1961

Practica designului industrial

Pentru a fi fructuoasă, cooperarea cu industria impune anumite metode de lucru. Pe baza propriei noastre experiențe am conceput o metodă în șase puncte

1. Stadiul de informare

. . . Designerul trebuie să cunoască în amănunt programul de producție al firmei, să știe dacă există o tendință de punere în valoare a uneia sau alteia din clasele produsului . . să compare produsul cu cele similare ale altor firme.

2. Stadiul de cercetări

În acest stadiu . . produsul trebuie considerat prin prisma omului și a posibilităților sale. Este foarte important de știut cine vor fi cei care-l vor utiliza . . . Contextul în care va fi utilizat este un alt dat al problemei. Investigația noastră mai are ca scop interzicerea judecării produsului nostru într-un context care-l denaturează în loc de a-l amplasa în mediul său.

Se impune de asemenea o comparare a diferitelor metode de producere. Designerul trebuie să fie la curent cu posibilele dezvoltări rapide ale unor procedee permițînd o mare simplificare sau ameliorare a produsului. De aici trecem direct la designul propriu-zis.

3. Pentru a asigura succesul operației nimic nu face cît o idee nouă, ideea unei forme. În lipsa unei idei originale designerul se poate întoarce asupra unor variante ale modelului existent . . . Această fază este cea mai interesantă pentru designer, aici opera sa este de creator.

În acest caz el trebuie să cunoască exact echipele cu care va lucra în continuare. Este vorba în general de biroul de studii al firmei. Acolo se decide dacă ideea designerului este realizabilă.

4. Stadiul de decizie

. . . Este momentul în care se judecă posibilitățile comerciale ale obiectului. Dacă cel care răspunde de desfacere are un spirit întreprinzător, dublat de o bună cunoaștere a produsului și dacă este gata să-și asume un risc calculat, putem obține acordul său.

5. Stadiul de calcul

Trebuie calculat prețul și adaptat produsul nevoilor uzinei și normelor ei . . . Bineînțeles aspectul formal al obiectului suportă anumite riscuri: responsabilii unor secții de producție pot să nu realizeze consecințele pe care le au pentru forma obiectului, micile modificări, alterînd gradual caracterul dorit pentru design. Designerul industrial nu trebuie să tolereze asemenea situații . . .

În ce privește materiile prime, avizul firmei este în general prevalent. Putem fi constrînși să renunțăm la o materie primă nouă dacă firma n-a utilizat-o niciodată, dar trebuie să ne ferim să tratăm cu ușurință experiența pe care ea a acumulat-o în folosirea altui material convenabil.

6. Ultimul stadiu al execuției unui proiect pentru designerul industrial este fabricarea prototipului. Ea poate furniza informații utile relevînd posibile dificultăți tehnice.

Hans Gugelot

(Practica designului industrial)

1974

Criza obiectului vizează, după mine, nu numai obiectul artistic, ci și obiectul industrial . . . După *slăvirea obiectului* de către suprarealiști, după fructuoasa aventură a *ready-made*-ului lui Duchamp și prelungirile ei grație pop-artei americane și europene, arta vizuală a fost deodată confruntată cu o veritabilă criză a obiectului.

. . . La începutul anilor '70 în Italia terenul era bogat în tentative obiectuale — mă refer la grupul « obiectualiștilor » milanezi angajați într-un constructivism arhitectonic, dar și la tendința mai figurativă. În acea epocă putea fi citată și amploarea succesului obținut de *designul* nostru. Cei mai buni *designeri* italieni (Zanuso, Gae Aulenti, Colombo, Castiglioni, Bonetto, Sottsass) creau pe atunci obiecte care suscitau interesul (aproape maladiv uneori) unui mare număr de țări; estetica industrială italiană era considerată, drept cea mai genială și cea mai agresivă din Europa. Astăzi situația s-a schimbat ușor. *Designul* nostru cunoaște o fază de involuție și marea expoziție de la Museum of Modern Art din New York, fără a-i marca într-adevăr sfîrșitul, s-a desfășurat anul trecut într-o atmosferă de glorificare, de îmbălsămare și de « muzeificare ».

Mă refer deci în primul rînd la obiectul industrial, acela care, din cauza consumării neînfrînate a cărei victimă este în permanență, riscă să-și piardă cele mai bune componente și echilibrul. Dar, deși relativă, se poate vorbi în ultima vreme de o criză a obiectului în domeniul artelor vizuale . . . În definitiv criza obiectului, pentru Italia și Occident în general, subînțelege o criză a civilizației noastre; poate că e vorba de o criză salutară mergînd în întîmpinarea exceselor conformismului burghez care a triumfat în *pop* și *op* și în general în toate tendințele artistice aservite exigențelor comerciale. Este sigur că această criză a obiectului și conceptualizarea artei vizuale sînt semnele premonitorii ale unei apropiate reîntoarceri la o *altă* obiectualitate.

Gilo Dorfles

(Criza obiectului)

1975

Cred că merită să insist asupra faptului că acțiunile cotidiene ale fiecăruia dintre noi — de la a lucra la a vorbi, a dormi, a mînca . . . — erau într-o vreme acte rituale, sacre și intime, și au fost puțin cîte puțin reduse — în epoca modernă — la statutul de banalități îndeplinite în grabă. Această problemă începe să preocupe lumea artei, a cinematografului, a religiei . . . Arareori însă este înțeles faptul că « obiectele » în sine își denunță propriile erori de folosire, contestă echilibrul dintre formă și funcțiune. Lucrările mele sînt destinate doar în mod indirect funcțiunii practice corespunzătoare denumirii lor normale. Scopul lor este de a se reprezenta pe ele însele și riturile ce corespund folosirii lor: a călători, a munci, a dormi, a lupta. . . . Unele dintre ele au fost destinate, altele au fost realizate superdimensionat, din material greu și durabil, pentru a indica o condiție de stabilitate în timp și spațiu.

Este vorba de obiecte aproape inutilizabile, obiecte « teatrale », care prin prezența lor extravagantă pun sub semnul întrebării logica obișnuită atribuită funcțiunii lor.

Scopul lor este să-i servească omului la meditația asupra propriilor sale acțiuni, asupra obiectelor prin intermediul cărora le îndeplinește, tinzînd la o organizare diferită a mediului de viață înțeles ca prelungire directă a vieții interioare. A dormi, a munci, a mînca într-un fel care să nu mai fie dictat de rutină.

În fața obiectelor de acest tip — adică a instrumentelor pentru activități normale restituite în condiție mitologică — rămîne trează conștiința că environmentul uman este într-o perenă condiție dramatică.

Cercetarea mea evoluează pe terenul așa-numitului « radical design », comun celor nemulțumiți de designul canonic și instituțional. Este clar că obiectul și ambientul, așa cum sînt cerute de societatea de consum de azi, sînt cu bună știință banalizate, extrovertite și superficiale, proiectate să interzică meditația în profitul eficienței.

Precedentele culturale ale recuperării în sfera conținutului obiectului sînt numeroase și contrastante.

Alessandro Mendini

(Radical design)

1971

« În lumea capitalistă designul joacă un rol asemănător celui al ,,crucii roșii" pe timp de război. El vindecă unele rele, dar nu pe cele mai grave; se consacră machiajului și înfrumusețării detaliilor ».

Eco-sistemul uman

. . . În numeroase părți ale lumii eco-sistemul uman prezintă caracte-

risticii non-funcționale, fiind mai degrabă un sistem al dezechilibrului ecologic al omului . . . În mediu, la origine natural, au pătruns de-a lungul istoriei elemente din ce în ce mai numeroase și mai diverse, care au ajuns aproape să înlocuiască însăși natura. Omul intercalează constant între el și natură un «mediu intermediar» creat cu ajutorul tehnologiei. . . . Această creație a artificialului afectează acum întreaga planetă, inclusiv țările din lumea a treia care încearcă să-și creeze propria cultură materială. . . . Invazia necontrolată de produse afectează în mod periculos balanța ecologică, și nu puțini sînt cei care vorbesc de o criză a environmentului . . .

Caracterul environmentului

Activitatea de transformare și creare a environmentului uman trebuie să se încadreze în două discipline generale tehnice și științifice: protecția mediului și crearea mediului. Inventarul unui environment particular cuprinde pe de o parte baza biotică furnizată de natură, pe de altă parte mediul artificial — civilizația — care se înscrie în acest context. . . .
Există două categorii de specialiști ai mediului: «Specialiștii environmentului fizic» (urbaniști, arhitecți . . .) și «oameni de știință ai environmentului» (chimiști, biologi . . .). Designul, aparținînd primului domeniu, va trebui să se situeze printre disciplinele care luptă pentru *calitatea* ecologică a mediului.

Interacțiunea om-environment

«Dacă împrejurările îl formează pe om, atunci împrejurările trebuie să se formeze în mod uman» (Karl Marx). Această frază, adresată mediului social, poate fi aplicată și universului obiectelor. Cum pot arhitectura și obiectele industriale să creeze un environment uman? . . .
. . . La începutul anilor '20 arhitecții ruși susțineau ideea de arhitect ca amplificator al intențiilor sociale. Este o ipoteză a cărei validitate depinde în mare parte de răspunsul la problema următoare: în ce măsură mediul creat de om acționează asupra omului? Arhitecții, ca și designerii, se găsesc aici pe un teren mișcător . . .
Sărăcia informațiilor exacte despre influența planificării regionale, a urbanismului, a arhitecturii și a designului asupra individului și a societății depinde după mine, de trei cauze:
— pregătirea științifică insuficientă a designerilor;
— interesul și nivelul prea scăzut al științelor sociale;
— gradul ridicat de complexitate al sistemului om/mediu.

Diferența între artă și design

. . . Citez fraza lui Adolph Loos care subliniază diferențele fundamentale între o operă de artă și una de design: «o operă de artă poate să nu placă nimănui, o realizare arhitectonică, din contră, este înainte de orice încărcată de responsabilitate» . . .
Designul se bazează pe utilizarea socială a obiectului. . . . Designul nu trebuie să încerce să-și proiecteze personalitatea în design, ci trebuie să se preocupe de funcționarea socială asumată de obiectul creat. . . . Cred că insistența în a apăra arhitectura și designul industrial ca arte decurge dintr-o imagine stereotipă a rolului creativității și inspirației. Știința și raționamentul nu sînt un venin pentru creativitate, în schimb iraționamentul ascunde adesea naivitatea inerentă obișnuințelor unui personalism preindustrial.
Problemele ridicate de designul environmentului sînt adesea prost definite sau neclar structurate. Nu trebuie dedus de aici că designerii trebuie să se abandoneze imaginației pentru a le rezolva cu succes. Dimpotrivă, metodele raționale vor deveni instrumentele indispensabile ale unui design nou. Pe această linie va fi depășită falsa alternativă între «funcțiunea fără formă» și «forma simbol» . . .

Pirueta emoționalismului

Emoționalismul și personalismul — teorii foarte curente ale designului — au ca principală preocupare acuzarea funcționalismului și a raționalismului ca fiind dezumanizate. . . . Ele afirmă că designul funcțional . . . este plicticos, rece, arid, steril, că nu răspunde unor necesități emoționale. . . . Acest sindrom al criticii neoromantice se bazează, în mod eronat, pe aspecte ale stilului și formei, neglijînd (conștient sau nu) funcționalismul ca teorie a designului . . .
Există două tipuri de funcționalism. Potrivit primei variante, frumosul ar fi inerent utilului și practicului. Esteticul ar decurge din principiul eficacității. . . . A doua variantă consideră funcțiunea ca prim factor determinant al formei unui obiect de design. Din punct de vedere istoric această versiune a funcționalismului a apărut ca reacție împotriva formalismului și tradiționalismului din arhitectura secolului XIX. . . .

Utilitarism și criză a utilului

. . . Pentru gîndirea îngust utilitară ornamentul și decorația sînt sacrilegii. Astăzi însă insistența intransigentă a utilitarului și-a pierdut valabilitatea «istorică» în țările «dezvoltate». Ea nu se mai justifică decît în acele societăți în care economisirea materialelor este un comandament imperativ («În epoca abundenței conceptul de util se transformă în pură ideologie»)...
Această descentralizare a conceptelor de «funcțiune» și «utilitate» este punctul vulnerabil al funcționalismului și raționalismului ca teorii ale designului. . . .
Pentru a judeca dacă designul industrial poate juca un rol emancipator în lumea a treia, trebuie analizate interpretările diverse ale acestei activități.

Studiu al rolului jucat de designerul industrial

1. Ameliorarea calității environmentului în măsura în care este determinată de obiecte
2. Creșterea productivității
3. Ameliorarea calității de utilizare a obiectelor
4. Ameliorarea calității vizuale a obiectelor
5. Creșterea volumului vînzărilor.

Interpretările mai vechi insistau asupra aspectului estetic și formal al designului industrial . . .
În ultima vreme se vorbește de design industrial și ca factor al procesului de industrializare a unei țări. . . . Abia de curînd a fost formulată public teoria designului industrial ca factor susceptibil de a influența în mod decisiv calitatea environmentului.

Design industrial și productivitate

Pentru a crește productivitatea designerul industrial are mai multe metode la dispoziție. Una din cele mai importante constă în punerea în operă a unor elemente semi-finite și standardizate, un alt tip de design utilizează montaje simple și nu recurge la procedee de fabricație complicate, lăsînd o anumită suplețe toleranțelor admisibile; uneori reduce numărul componentelor obiectului; în sfîrșit face apel la sisteme modulare de obiecte (familii de obiecte) mai degrabă decît la obiecte izolate.
Introducerea tehnologiei moderne vizează în primul rînd reducerea efortului necesar de lucru—creșterea productivității lucrătorului în unitatea de timp. Acest randament ridicat, cerînd o importantă investiție de capital, se traduce printr-o cantitate mare de produse într-un interval scurt de timp — justificat în țările «bogate» de cererea puternică și de nivelul de cumpărare mediu. Dimpotrivă, în țările lumii a treia problema este de a crea locuri de muncă și a fabrica obiecte care cer o investiție redusă de capital. . . .
Potențial există enormă nevoie de produse în lumea a treia care nu se pot concretiza într-o cerere efectivă dată fiind distribuția inegală a puterii de cumpărare; cererea de bunuri de consum curente va crește simțitor dacă acestea vor deveni accesibile. Pentru aceasta pot fi urmate trei căi:
1. scăderea prețurilor printr-o raționalizare a designului și a producției
2. scăderea prețurilor printr-o raționalizare a distribuției
3. creșterea salariilor.

Obstacole în calea designului industrial

. . . Numeroși sînt funcționarii publici care cred că este mai simplu, mai economic să fie copiat mai mult sau mai puțin bine designul străin, decît să încredințeze unui specialist crearea unui design autohton. Alții preferă să importe designul străin plătind licențele corespunzătoare . . .
Problemele unei țări pot și trebuie să fie abordate cu mijloacele, ideile și tehnologiile proprii . . .
Importînd — direct sau indirect — bunurile de consum și utilajul, cultura materială a țării importatoare se menține la nivelul unei replici eclectice a designului țărilor metropolitane. O altă dificultate provine din lipsa personalului calificat — prima generație de designeri autohtoni se compune mai ales din autodidacți . . . Un alt obstacol este influența modelelor străine — ar fi o eroare să fie luat ca exemplu și ca ideal designul de consumație . . .
Totul conduce la o reflecție atentă — funcția socială a designerului industrial este mai marcată decît în alte domenii.

Căi deschise designului în țările subdezvoltate

1. Practica colonialismului cultural de gradul I.
. . . Prin importarea bunurilor de consum — obicei foarte răspîndit — se nasc sucursale ale metropolelor, culturi satelit
2. Practica colonialismului cultural de gradul II
Introducerea invenției personale, chiar dacă influențată de modele ideologice străine . . . Se încearcă o concurare a designului «avangardei internaționale».
Foarte adesea această atitudine duce la o disproporție între obișnuințele de comunicație și nivelul tehnic și economic al țării; rezultatul este adesea o versiune abia retușată a metropolei . . .
3. Practica atavismului artizanal.
În căutarea unei identități culturale, a unui eu original, uneori ne întoarcem către trecut pentru a regăsi în el un echivalent naiv al designului țărilor puternice . . . Fără să vrem, sprijinim astfel interesele străine care vor să mențină țara la nivelul unei colecții exotice de eșantioane.
4. Practica unui design industrial independent . . .
. . . Este indispensabilă integrarea designului într-o echipă multidisciplinară însărcinată cu cercetarea industrială în relație cu producția. În acest fel designerul poate influența efectiv normalizarea și raționalizarea obiectelor, contribuind la o întrebuințare judicioasă a resurselor . . .
. . . Designul ar putea fi definit drept o tentativă de conciliere între domnia contingențelor (ceea ce este util, economic, tehnic) și domnia libertății (estetica).

Guy Bonsiepe
(Design și subdezvoltare)

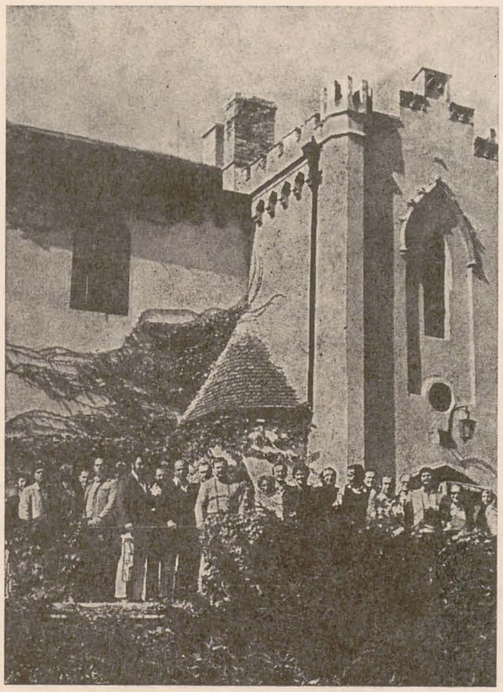
Selecție și traducere de RUXANDRA BUȘNEAG

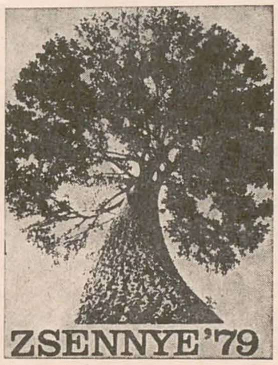
corespondență: zsennye '79

al doilea seminar de design al țărilor socialiste

constantin marinescu

La sfîrșitul lunii septembrie am sosit în Ungaria, la Zsennye, peste 200 de km de Budapesta, pentru a mă întîlni cu designeri din țările socialiste. Seminarul avea loc într-o clădire construită în secolul XVI.
După o după-amiază de odihnă au urmat zilele de program, dedicate schimburilor de opinii și idei între designeri din R.P. Bulgaria, R.D. Germană, R.P. Polonă, R.S. România, Uniunea Sovietică și bineînțeles țara gazdă R.P. Ungară, inițiatoarea acestui simpozion a cărei primă ediție a avut loc în 1978 (cu participarea R.D.G., R.P.U., U.R.S.S.) și a avut același comitet de organizare ca și în acest an. Format dintr-o tînără și inimoasă echipă de designeri membri ai secției de design a Uniunii artiștilor plastici din Ungaria, acest comitet era compus din: președinte Peter Lelkeș, membri József Cserny, Laszlo Dudas, Miklos Iancso, Karoli Simon.
Organizatorii seminarului de design din Zsennye au fost: Secția de design a Uniunii artiștilor plastici din Ungaria, în colaborare cu Fundația de artă, Centrul de informare pentru design, Consiliul pentru design și Departamentul artelor și meseriilor din R.P. Ungară.
Obiectivele seminarului au fost:
Să creeze un forum profesional consultativ deschis tuturor artiștilor care practică designul în țările socialiste pentru:
— expunerea și discutarea unor probleme teoretice și practice, în vederea promovării eficiente a calității produselor industriale și a nivelului ambiental
— schimb de experiență profesional
— promovarea abordării, apropierii reciproce a opiniilor, în vederea unei mai bune soluționări a problemelor comune
— punerea bazelor și dezvoltarea unei colaborări eficiente.
Lista participanților în ordinea înscrisă de organizatori:
1. Iuri A. Naumov — U.R.S.S., 2. A. Valeri Kasterin — U.R.S.S., 3. Asztai Csaba — R.P.U., 4. Beszegh Tibor — R.P.U., 5. Bognar Laszlo, 6. Constantin Marinescu — R.S.R., 7. Jószef Cserny — R.P.U., 8. Laszlo Dudas, 9. Grams Karol — R.P.P., 10. Hamori Iudit — R.P.U., 11. Heinz Bogdan — R.P.U., 12. Iancse Miklos — R.P.U., 13. Pavel Konazewski Ianus — R.P.P., 14. Lelkes Laszlo — R.P.U., 15. Lelkes Peter — R.P.U., 16. Lissak György — R.P.U., 17. Mezei Laszlo — R.P.U., 18. Mitelholz Mihaly — R.P.U., 19. Karl M. Kantor — U.R.S.S., 20. Nyezabrawka Ivanova — R.P.B., 21. Igor N. Prokopenko — U.R.S.S., 22. Oelke Horst — R.D.G., 23. Oszmitova Agnese — R.S.C. — nu a participat, 24. Eördögh Laszlo — R.P.U., 25. Simon Karoly — R.P.U., 26. Shramel Imre — R.P.U., 27. Sipos Bela — R.P.U., 28. Soltesz György — R.P.U., 29. Mait Szumatavet — U.R.S.S., 30. Veres Lajos — R.P.U., 31. Wimfrid Baumberger — R.D.G.
Tema. Conform regulamentului de participare, participanții trebuie să trimită în timp util, spre informare (jurizare în cadrul Secției de design a U.A.P. din Budapesta) rezumatul comunicării pe care ar dori s-o susțină — comunicare inspirată de tema care a fost anunțată prin invitație (de regulă cu aproape un an înainte) și care pentru acest an a fost: «Designul industrial în conexiunea dintre producție și consum», cu trei subteme: a) Design și calitate, b) Design și sortimentul de produse, c) Design și schimbarea produselor.
Referate. Materialele prezentate au fost de două feluri: teoretice și practice. Referatele cu aspect practic în care s-au confruntat păreri mult mai apropiate de o realitate obiectivă au fost mai mult apreciate de participanți. Dintre temele care au prilejuit referenților interesante puncte de vedere personale au fost: 1) Designul și calitatea produselor industriale; 3) Sistemul informațional urban; 4) Relația societate—mediu ambiant; 9) Designul și calitatea standardului vieții; 10) Schimbarea produsului în industria de mobilă; 13) Design în țările socialiste; 14) Legătura dintre lumea artificială și om; 16) Design și calitate; 18) Design și calitate în industria ceramică; 19) Arta și designerul; 22) Funcție, formă, reprezentare; 28) Lucrul în metal și designul; 31) Echipament pentru catastrofe.
Subiectul referatului pe care l-am susținut a fost «ESCOL», echipamentul școlar, care s-a înscris la punctul «b» al temei. Subiectul abordat face parte dintr-o temă mai veche de care m-am ocupat teoretic (în cadrul Ministerului industriei ușoare, Centrala industrială a pielăriei, cauciucului și încălțămintei unde lucrez din anul 1974, am reușit să experimentez și să introduc în producție o serie aparte din prototipurile de ghiozdane școlare propuse). Am însoțit referatul cu o serie de diapozitive color, care întăreau prin imagini cele cuprinse în materialul teoretic.
Auditoriul a apreciat noutatea temei și soluțiile propuse, unele considerate ca inedite.
Unii designeri au prezentat imagini din activitatea lor chiar în afara temei alese, urmate de îndelungi comentarii în spiritul unui real schimb liber de opinii și experiență.
În ultima zi a seminarului reprezentanții fiecărei delegații s-au adunat pentru a puncta concluziile la care s-a ajuns în urma comunicărilor susținute, fiecare spunîndu-și părerea despre cum au decurs lucrările, organizarea, sau dacă doresc modificări în procedură pentru anul viitor. Toate delegațiile au fost de acord ca acțiunea să fie continuată și s-au făcut propuneri pentru tema anului următor (conform procedurii propuse de organizatori, fiecare delegație participantă propune o temă pentru anul următor, dintre temele propuse astfel fiind aleasă apoi de comun acord cea definitivă).
În intervenția mea am opinat pentru lărgirea activității de design, ținînd cont de puternica conjunctură actuală a crizei de energie. Delegațiile au fost în unanimitate de acord cu această propunere.
Pe tot parcursul seminarului atmosfera a fost caldă, amicală.





Tema anului 1980: «*Designul și protecția mediului natural, designul și criza de energie în condițiile dezvoltării societății socialiste*».

redimensionarea unei profesiuni

design/modă

mihai drişcu, magda cârneci

Pe terenul sociologiei lucrurile sînt îndeajuns de limpezi: moda, indiferent că se referă la artă, mobilier, veşminte sau alimentaţie, este definită drept cadrul conduitelor obişnuite admiţînd o oarecare plasticitate: pot fi aici constatate diferenţieri sensibile: moda ca o conduită *conformistă*, ca o conduită *distinctivă* (la limită excentricitatea) şi ca o conduită *ludică*.
În teorie, specialistul în creaţie vestimentară — indiferent că este denumit modelist, stilist, designer, creator (asupra acestui ultim termen cei care menţin încă legătura de origine cu demiurg pot avea anumite rezerve) manevrează, dirijează relaţia cu efemerul, altfel spus, se ocupă cu « moartea permanenţei », permanentă rămînînd doar modificarea.
Faptul că aceste schimbări — de substanţă sau, cel mai des, de aparenţă — « trebuiau să poarte un nume » se răsfrînge şi asupra limbajului. Chiar şi un neofit în frecventarea revistelor internaţionale de modă poate fi atras — dacă nu este un purist exasperat de invazia barbarismelor — de marea dezinvoltură, de simpatica şi perpetua invenţie terminologică a jargonului profesional, ce amestecă meserii, destinaţii speciale, vîrste, practic orice, într-un coctail lingvistic atent mai ales la rezonanţa sloganieră, la percutanţa publicitară: stil militar (că un Kenzo lansează cuirasiere, ulane, grenadiere poate fi un agreabil, în orice caz nedurabil divertisment belicos), stil disco, stil vestală, stil junior, stil lift boy, linia tanc, linia ţigară, superpulover de avangardă (sic!), Party-pijama, combi-set etc. etc.
Profesia — singura poate într-o asemenea situaţie — constă într-o permanentă repunere în cauză; trăieşte (dar mai există şi sclerozare) numai cu condiţia negării propriului trecut profesional. Făcîndu-se resimţită concurenţa accelerată a « generaţiilor » de produse mai acut decît în alte domenii, a copia înseamnă aici a fi deja în întîrziere. Nu atît « paradoxul despre stilist » interesează acum, cît faptul că moda — ca şi istoria — apare ca un parcurs din care nu lipsesc revoluţiile, răsturnările, revenirile, procesele subterane, stagnările, chiar impasurile, numai că toate sînt mult mai relative. A considera, de exemplu, că moda actuală (= un an sau mai exact un sezon) este în stagnare sau în impas, ori că, dimpotrivă, este vorba despre o repliere provizorie ce anunţă o iminentă noutate, sînt nuanţe — « adevăr dincoace de Pirinei, eroare

Ansamblu vestimentar de Ştefan Rădulescu, 1979

dincolo » — ale opţiunilor personale ale specialiştilor sau ale consumatorilor. Dar există şi evidenţe: ultimei perioade de timp nu îi mai este caracteristică domnia elitelor, posibilitatea « decretării » modei (altădată, Parisul — oracol şi instanţă supremă . . .), apare un polistilism ce permite libertatea de alegere, dreptul de originalitate. Există, desigur, organisme internaţionale de felul C.I.C-ului (Centre d'information de la couleur) ce furnizează periodic *recomandări* în privinţa coloritului de bază, stabileşte un fel de hartă a tendinţelor internaţionale, elaborarea propriei game de nuanţe făcîndu-se de obicei ţinînd cont de cadrul şi de climatul special, naţional. Veritabila revoluţie în domeniu apare însă prin tentativele de « coborîre în stradă » a ceea ce s-a numit, se numeşte încă, *la haute couture, alta moda*; în fapt este vorba de prelungirea industrială a unei munci pînă atunci ultra-artizanală, bazată pe modele exclusive (una dintre rochiile de mireasă purtate de Brigitte Bardot a avut apoi un « tiraj » de 20 milioane de exemplare). Încă un exemplu ce ţine nu numai de psihologia consumatorului, dar şi de legătura complexă a modei cu industria: Edgar Morin în cartea sa despre staruri aminteşte faptul că, în anii '30, în S.U.A. apariţia unui celebru actor de cinema fără maiou sub cămaşă a atras protestul sindicatului fabricanţilor de tricotaje. Cu moda aliată industriei şi apariţia stiliştilor specializaţi în industria de confecţii — cum prêt-à porter-ul este moda marelui public, decurge de aici că stilistul este în măsură însemnată responsabil de spectacolul străzii — atingem punctul numit de Léger « strada considerată ca una dintre artele frumoase ». Raportul acesta poate fi pozitiv, ca în pronosticul lui René Berger: « Întreprinderea Industrială se interferează din ce în ce mai mult cu Educaţia şi cu Cultura », fie negativ, ca în vechea, dar încă valabila reflecţie a lui Goethe: « Tehnica în cîrdăşie cu lipsa de gust este inamicul cel mai teribil al artei ». M.D.

Ideea de a deschide expoziţii de vestimentaţie, idee frecventă în zilele noastre şi aproape devenită obişnuită, pune moda pe un plan de discuţie foarte complex. Pe de o parte moda, muză nouă în conclavul artelor plastice, este adusă în discuţie ca obiect şi fapt de artă, pasibilă astfel de a fi expusă, de a fi conştientizată cu detaşare ca spectacol vizual pur, gratuit într-o oarecare măsură, estetic întotdeauna. Pe de altă parte tot moda, ca utilitate practică — în momentul în care se află expusă — este pusă în discuţie şi ca mod de acţiune practică asupra făpturii umane, factor de influenţă prin gust asupra publicului, vector de orientare a vieţii cotidiene, ceea ce presupune — alături de conştientizarea ei ca obiect estetic amintită mai sus — recunoaşterea tacită a rolului şi puterilor modei într-o ambianţă dată.
Dar aparţine actualităţii dimensiunea profund socială a modei, condiţia ei democratică şi producerea ei industrială, care îi conferă demnităţi noi dar şi obligaţii inedite, puteri şi responsabilităţi neaşteptate. Ca fapt estetic, moda intră în grija artiştilor şi meşteşugarilor, dar în ultima vreme şi în grija designerului. Ca fapt social, moda intră în grija sociologiei şi psihologiei, dar şi a politicii şi a industriei, mai ales. O mulţime de domenii interferează în interiorul acestui « cîmp » dinamic şi schimbător, al vestimentaţiei moderne, ale cărui fluctuaţii şi ritmuri dau seamă de starea de spirit a vremii acesteia.
A deschide o expoziţie de « creaţie vestimentară şi prototip industrial » — cum se numeşte recenta expoziţie a 16 tineri creatori de la sala Orizont, Atelier 35, înseamnă a situa, din premise şi realist, moda, între cei doi poli care îi structurează astăzi condiţia, înseamnă a o situa atît în planul artei cît şi în planul industriei. Între unicat şi produs de serie, între creaţie singulară şi multiplicare la « bandă », între obiect estetic şi obiect industrial — se întinde şi se constituie tensiunea specifică a modei contemporane, avînd constituţional o

Ansambluri vestimentare de Eliza Virban, Nina Dragoș, Irina Ocolișan Stingă, 1979

natură dublă, ca factor estetic dar și extra-estetic (practic-social), ca mostră de creativitate individuală și de gust colectiv.

Cei 16 creatori, tineri absolvenți ai secției de modă a Institutului de arte plastice «Nicolae Grigorescu», lucrează actualmente cu toții în producție, în industriile de profil legate de îmbrăcăminte. Ei se numesc: *Tamara Avădanei, Marian Ciobotaru, Gabriela Caraman Coruț, Doina Dănescu, Nina Dragoș, Ana Iordan, Nicolae Ivanov, Delia Hoffman, Gerda Kneip, Nicolae Marin, Irina Ocolișan-Stîngă, Ioana Oncescu, Elena Petrescu-Drinovan, Ștefan Rădulescu, Mihaela Ștefănescu-Galați* și *Eliza Vîrban*. Reprezentînd acel tip nou de artist, « creator social » sau « creator industrial », în al cărui statut artistul întîlnește proiectantul iar meșteșugarul fuzionează cu designerul, tinerii expozanți propun modele concepute, mai toate, pentru producția de serie, dintre care unele ar și urma să intre efectiv « la bandă ». Foarte diverse ca soluții și ca utilitate, satisfăcînd pretenții și situații multiple, de la îmbrăcămintea de protecție sau de sport pînă la cea de seară și de ocazie, cu o preponderență, poate explicabilă, pe vestimentația feminină (cea masculină și cea pentru copii fiind numai amintite) — exponatele etalează o anume unitate de gust, caracteristică momentului, și o anume imagine simptomatică, « pe verticală și pe orizontală », a stării de fapt a industriei îmbrăcămintei la noi (imagine concisă și simplificată, e drept, datorită numărului mic de piese expuse). Nu numai că între exponate se păstrează raportul de interes și raportul cantitativ între îmbrăcămintea feminină și « restul hainelor », sau între îmbrăcămintea utilitară și cea de « lux », dar și raportul dintre piesele serializabile și cele unicate, raport labil și nu totdeauna just, reflectă starea de lucru reală din « politica » modei de la noi. Chiar modul de a concepe și organiza expoziția, fără accesoriile multiple ale hainelor, angajînd alte industrii decît cea textilă, și care, gîndite odată cu vestimentația și în ton cu ea, ar conferi ținutei de stradă, ținutei în general, acea unitate și coerență a « stilului » — reflectă o realitate a modului de « desfacere » a produselor « la modă », vorbind în termeni comerciali, din magazinele noastre. În afara unor piese, concepute spre a fi unicate, cele mai multe modele expuse pot intra imediat în producția de serie. Și numai dacă ele intră în mod real în producția industrială imediată ecuația sub semnul căreia este deschisă expoziția « creație vestimentară=prototip industrial » își împlinește sensul și menirea, moda își transcende potențialul caracter pur estetic spre a deveni funcție utilitară, factor economic. Condiția modei fiind actualitatea, sincronizarea cu o stare a gustului, a sensibilității vizuale (și nu numai) cotidiene, la zi, numai în măsura în care asemenea creații, seismografe sensibile ale cerințelor prezentului, intră în producția pentru ziua de azi — intenția și crezul unei asemenea expoziții, unei asemenea manifestări publice, făcută spre a fi văzută, adoptată și înțeleasă, își poate releva utilitatea.

O expoziție de modă implică cel puțin două serii de circuite: pe de o parte seria « ofertei » individuale a creatorului de modă către public, în sensul orientării gustului acestuia, și a ofertei către industrie, în sensul propunerii de prototipuri multiplicabile; pe de altă parte seria « cererii » publicului astfel orientat (cerere individuală dar și colectivă către creatori și către industrie) și a cererii industriei către creatori, pentru a satisface publicul. Cîmpul de forță și de acțiune al modei, atît de complex, se împlinește numai dacă ambele serii de circuite se închid și se conectează. Interacțiunea creator-public-industrie trebuie să funcționeze în ambele sensuri, nu unilateral, spre a-și găsi eficiența. Reacțiile și ecoul de public al unor asemenea expoziții care se înmulțesc în ultima vreme, cerute fiind și vizitate fiind foarte intens, mărturisesc o necesitate crescîndă și din ce în ce mai conștientă a publicului către estetic căreia industria urmează a-i răspunde pe măsură, adică integral și imediat, nu parțial și cu oarecare întîrziere, cum se întîmplă de obicei. Cei 16 tineri creatori lucrează cu toții în industriile legate de îmbrăcăminte, reprezintă un « mod de a fi », un mod de a trăi civilizat și urban, un mod de integrare individuală, alături de altele, într-o ambianță foarte complexă: istorică, socială, comunitară și culturală, este un mod de a cîștiga o dimensiune estetică cotidiană, practică, funcțională, un mod de a trăi estetic, cu gust, ceea ce presupunea o oarecare pretenție de la sine și de la ceilalți, o grijă a persoanei dar și a ambientului, un mod de a te reprezenta și de a reprezenta momentul care ne conține pe toți. Tendința vizibilă către estetic a societății românești contemporane este de aceea un simptom sociologic important pentru o stare crescîndă a standardului existențial, a nivelului cultural, a coerenței, omogenității și tendinței către « stil », în ultimă instanță, pe care urmărește să-l capete și trebuie să-l capete chipul complex al societății românești contemporane. M.C.

afişul şi strada

petre ghelerter

O trăsătură caracteristică a epocii contemporane s-a dovedit a fi continua vehiculare de informaţie. Pregătindu-ne să folosim această constatare în explicarea unor aspecte ale graficii publicitare, vom spune că stă în atenţia noastră nu atît viteza infinit superioară a fluxului informaţional de astăzi cît caracterul său de stringentă necesitate, de componentă fundamentală a universului nostru actual. Acest caracter de necesitate se datorează depăşirii limitelor comunicării interumane directe, faptului că experienţa personală nu se mai poate raporta decît la un număr relativ restrîns din mulţimea produselor şi evenimentelor care există şi care apar în permanenţă. Odată cu dezvoltarea şi diversificarea extraordinară a producţiei de bunuri, fie ele de natură materială sau spirituală, a fost resimţită nevoia de a se găsi modalităţi eficace de recomandare a acestora, de a se adresa unui public îndepărtat şi anonim.
A face publicitate înseamnă, astfel, în ultimă instanţă, a anunţa public, a aduce la cunoştinţă existenţa unui produs, a unei oferte, desfăşurarea unei manifestări. În acest sens, publicitatea ar putea fi definită, pe scurt, drept activitate care urmăreşte focalizarea atenţiei, însoţită, cel mai adesea, de modificarea convenabilă a comportamentului (atitudinii) unor mase/grupuri de oameni faţă de o clasă de obiecte, evenimente sau manifestări social-politice ori culturale. Ea nu poate fi înţeleasă limitat, ca un simplu capriciu al unor producători dornici de notorietate cu orice preţ. Ea este o funcţie a dezvoltării economico-sociale. Gama obiectivelor vizate de mesajul publicitar este extrem de largă şi depinde, în principal, de gradul şi de direcţia de dezvoltare a unei societăţi. Publicitatea anilor 1900, cu toate certele ei calităţi artistice, atît de des comentate, apare ca fiind extrem de restrînsă în comparaţie cu cea de astăzi, care are în vedere un număr imens de produse, probleme sociale, politice, manifestări culturale, aspecte ale folosirii timpului liber. Începînd cu ultimele decenii ale secolului trecut a fost iniţiat un foarte rapid proces de familiarizare a maselor cu lectura informaţiilor inserate în mediul urban.
În rîndul mijloacelor tradiţionale de comunicare publică (panouri, pancarte, banderole, prospecte etc.), afişul continuă să deţină, în ţara noastră, o poziţie preponderentă. Prin comparaţie cu alte suporturi publicitare, afişul se distinge ca fiind una dintre formele de reclamă cele mai eficiente şi mai agreabile marelui public. Afişul poate propune achiziţionarea unui produs, poate invita la manifestări culturale, poate lansa apeluri şi poate crea o atmosferă politică; poate instaura valori şi poate reliefa într-o anumită manieră evenimentele cele mai actuale. El poate fi nu numai o simplă reclamă, un îndemn de achiziţie sau de vizitare, ci şi un factor modelator al sensibilităţii estetice şi, într-un fel, al celei intelectuale a unor categorii de public. Semnalarea unor aspecte ale momentului actual în grafica publicitară, cu un accent special asupra prezenţei afişului, este subiectul rîndurilor care urmează.
Analiza unei reclame de stradă credem că trebuie să fie orientată atît asupra modului de funcţionare a perechii purtătoare de sens imagine/text (adică a organizării interne a anunţului) cît şi asupra aspectului pragmatic, a relaţiei care se constituie între obiectul-reclamă şi destinatarii mesajului publicitar. Reclamele din epoca de pionierat a publicităţii moderne erau făcute pentru a fi privite un timp mai îndelungat. A existat, după cum remarcă Max Gallo, o epocă a deplasărilor citadine lente, a plimbărilor prelungite în care durata contactului privitor-anunţ publicitar era foarte apropiată de timpul rezervat citirii unei reclame în presă. Treptat, însă, accelerarea dinamicii circulaţiei, a transportului, extinderea ofertei comerciale, au făcut ca durata şi specificul acestui contact să sufere modificări importante. Urmărind menţinerea funcţionalităţii sale, afişul se adaptează noilor imperative. Idei alteori îndelung comentate se exprimă acum printr-o simbolică concentrată, asimilabilă pe baza unui întreg eşafodaj de convenţii şi deplasări de sens, tipice pentru un anumit moment de cultură. Anumite genuri de reclamă apar, astfel, ca acţionînd atît pe baza unui sistem de semnificaţii precis stabilite cît şi pe baza unui al doilea sistem, mai complex, trimiţînd către realităţi psihice conectate cu cele pe care le înfăţişează în mod direct.
Dacă numeroase sînt cazurile în care factura anunţului obligă la folosirea unei imagini a obiectului reclamei, văzut ca element indispensabil al unui univers conceptualizat şi confortabil, există nu mai puţine situaţii în care, din raţiuni de economie, se renunţă la folosirea imaginii, textul rămînînd să poarte singur răspunderea transmiterii corecte şi eficiente a informaţiei. În primul caz, scopul prezenţei textului este fixarea semnificaţiei dorite din rîndul celor posibile oferite de lectura imaginii, restrîngerea polisemiei ei. La rîndul său, imaginea poate «ajuta» precizarea sensului mesajului evidenţiind obiectul prin prim-planuri, ecranaj, alte procedee indicatoare sau de sugestie. Atunci cînd se utilizează doar un mesaj-text, efectul de «Blickfang» poate fi sporit prin depăşirea limitelor semnificaţiei literale, prin jocuri de ordonanţă, alternanţă de mărimi şi grupuri cromatice, prin designul caracterelor tipografice.

Principiul maximei concentrări care funcţionează în momentul selectării imaginii celei mai semnificative trebuie să prezideze şi la redactarea textului. Un comentariu exagerat are toate şansele de a plictisi, după cum scurtimea şi insuficienţa preciziei pot da, uneori, cale liberă subiectivităţii privitorului, situaţie pe care publicitatea trebuie s-o evite prin însăşi definiţia sa. Asupra acestor probleme vom mai avea prilejul să revenim.
Imagine plus text sau simplu mesaj-text, afişul prezintă caracteristica fixităţii sale în raport cu mobilitatea privitorului. Deşi condamnat la starea de element imobil, el trebuie să fie activ din punct de vedere optic, să acroşeze atenţia trecătorilor. «Nu îl priveşti, îl vezi. O lege optică îi determină forma. Lectura trebuie să fie instantanee. Într-o fracţiune de secundă omul de pe stradă trebuie să priceapă ce vrea să spună», sînt cuvintele celebrului afişist francez Raymond Savignac. Într-adevăr, publicitatea nu e privită ci văzută. Acest adevăr fundamental trebuie considerat atît în proiectarea anunţurilor publicitare cît şi în etalarea acestora. Înainte de a fi o interesantă creaţie plastică sau o «poantă» grafică inteligentă afişul este, în primul rînd, un element al decorului citadin. Judecarea efectului său complex va trebui să plece de la această premisă. Dacă înţelegem designul ca o acţiune de optimizare a raportului dintre factorul utilitar şi calitatea estetică-ambientală, se poate spune că alegerea modalităţilor de amplasare, tehnica grupării armonioase a mai multor anunţuri în cadrul aceluiaşi spaţiu de reclamă formează o problemă de design stradal. Pentru ca anunţului publicitar să-i fie create condiţiile realizării depline a funcţionalităţii sale este necesar să fie respectate principiile unui afişaj eficace. Urmărirea unei logici a repartiţiei reclamelor nu este cu nimic mai puţin importantă decît celelalte acţiuni de natură ordonatoare-creativă pe care designul le poate exercita asupra ambientului urban.
Dispunerea panourilor publicitare nu trebuie să se facă la întîmplare, ci ţinîndu-se seama de dinamica proprie zonelor urbane alese pentru expunere, de specificul spaţiului, al circulaţiei auto şi pietonale. Fluxul pietonal, în special, este unul dintre factorii cei mai importanţi. Caracterul mişcării umane are anumite trăsături într-o piaţă centrală, altele într-o îngustă stradă de trecere şi altele în zone cu o mare concentraţie comercială sau culturală. În fiecare din aceste împrejurări, trecătorul suportă o anumită influenţă a atmosferei spaţiului respectiv. Un afiş mărunt se poate dovedi inoperant într-un spaţiu larg deschis, în care se pierde, în vreme ce un altul, cu predominanţă de text, are puţine şanse de a fi «citit» într-o zonă de tranzit rapid. La celălalt pol, o reclamă de răcoritoare, de pildă, ar putea fi excelent servită prin amplasarea ei pe aleile unui complex sportiv sau în apropierea unei autogări...
În inserarea de anunţuri publicitare de tip afiş este elementar a se ţine seama de faptul că mesajul trebuie să-şi atingă ţinta — adică trecătorul grăbit — în timpul fizic normal şi pe traseele fireşti ale circulaţiei din zona respectivă*. Spre exemplu, impactul unui afiş într-o zonă de tranzit rapid poate fi mărit prin plasarea sa perpendicular pe firul circulaţiei pedestre, la o înălţime convenabilă care facilitează contactul vizual, *în care receptarea să pregătească înţelegerea.* Aplicat pe ziduri, deci paralel cu fluxul deplasării, acelaşi afiş nu va putea fi văzut de departe, timpul pregătitor dispare, astfel încît rareori anunţul poate spera la altceva în afara unei rapide «măturări» cu coada ochiului. Mai limpede spus, publicitatea trebuie să-l intereseze pe trecător, să-l invite să privească ceea ce vede, să treacă, în majoritatea cazurilor, de la înregistrarea vizuală cvasi-automată la înregistrarea conştientă.
Astfel, este în beneficiul randamentului acţiunii publicitare ca în zone de aşteptare (staţii de autobuz, peroane etc.), în spaţii închise şi semi-închise, să fie amplasate anunţuri de tipul celor cu o cantitate mai mare de informaţie-text; aceasta deoarece în spaţiile de aşteptare privitorii potenţiali dispun de un anumit timp, sînt presupuşi a fi într-o

* În afară de cazul cînd se recurge la accente publicitare violente, care urmăresc impunerea cu orice preţ şi în orice condiţii a mesajului, crearea unei extrem de stresante tensiuni «achiziţionale».

petre ghelerter

« stare » de disponibilitate informaţională şi, în consecinţă, pot veni mai uşor în întîmpinarea mesajului publicitar.

Cele mai multe afişe sînt destinate unor zone stradale cu circulaţie rapidă. Deşi este evident că asemenea spaţii permit numai lecturi publicitare de asemenea foarte rapide, pe unele panouri de afişaj continuă să predomine dreptunghiuri de hîrtie în culori palide, pe care numai un trecător serios interesat şi avînd timp la dispoziţie se va încumeta să descifreze, dedesubtul unei bucle sau vrej decorativ, caracterele mărunte care compun consistentul tex al anunţului . . . Spaţiul de reclamă nu trebuie confundat cu un uriaş ziar imobil (foto 2).

Problema amplasării anunţurilor publicitare se află, din păcate, prea puţin în atenţia beneficiarilor acestora.

Încredinţarea rezolvării ei corespunzătoare unor specialişti ai designului urbanistic şi ai comunicării vizuale s-ar dovedi, fără îndoială, dublu profitabilă : în primul rînd, din punctul de vedere al realizării unei cît mai mari eficacităţi informaţionale şi apoi în ideea utilizării virtuţilor ambientale ale unei publicităţi de calitate.

Relaţia stradă-reclamă nu este unidirecţionată. Aşa cum inserarea reclamelor ţine seama, de regulă, de un anumit specific al locului, şi reclamele, la rîndul lor, pot crea sau suplimenta valoric acest specific, pot exercita o influenţă pozitivă asupra aspectului unor sectoare de stradă şi chiar asupra unor străzi întregi . . . Numai expunerea anarhică, intensivă, excesiv şocantă este răspunzătoare pentru acuzaţiile de « agresiune asupra conştiinţei », de halucinant vacarm vizual, care au fost formulate la adresa publicităţii. O bună publicitate are dovedite valenţe de înviorare a unor spaţii « moarte » din ambientul urban; o regie a afişajului, coordonată prin raportare la reperele enunţate mai sus, alături de sprijinul dat funcţionalităţii, are capacitatea de a anima, de a « încălzi », de a rupe anumite monotonii cromatice, de volume şi de suprafeţe. Componentei decorativ-ambientale a publicităţii i se adaugă — acesta e un aspect încă prea puţin studiat la noi — un deloc neglijabil efect formativ, de extindere a sferei de date de natură conceptuală şi estetică proprii unui anumit public. Fondul şi forma mesajului acţionează împreună asupra psihologiei maselor, căci perceperea informaţiei este însoţită şi de acceptarea modului de prezentare a acesteia. Publicitatea are capacitatea de a familiariza publicul cu exprimarea concisă, sintetizantă, proprie epocii noastre. Din punct de vedere educaţional, este interesantă constatarea că modificări ale comportamentului sub acţiunea publicităţii prin afiş se înregistrează mai ales în rîndul tineretului, persoanele în vîrstă fiind mai sensibile la alte forme de comunicare. « Mecanismul şocului publicitar depinde de însuşi caracterul persoanei atinse şi se declanşează cu atît mai repede cu cît persoana este mai evoluată, dar acţionează cu atît mai profund cu cît cultura respectivului este mai redusă »* . . .

Sîntem astăzi martorii unei adevărate explozii mondiale a ceea ce s-ar putea numi « Artă a anunţului ». Nu este nevoie să mergem prea departe pentru a întîlni semnele acestor preocupări ; alături de mai vechea tradiţie a unor ţări din Occident, şcolile de grafică publicitară din Polonia, Ungaria, Cehoslovacia, R. D. Germană se impun prin realizări de prestigiu în afişul social-politic, în reclama comercială şi de spectacol etc.

Cu toate acestea, nu este greu de observat că o discuţie asupra reclamei comerciale de la noi, care ar putea fi interesant apropiată de unele constatări ale studiilor de marketing, adeseori nu se poate, din păcate, sprijini pe exemple viabile. Pot fi amintite numai cîteva afişe-ilustraţie ale unor produse alimentare ; acestor imitaţii nu întotdeauna suficient de abile după modele străine li se adaugă un număr mic de afişe-reclamă ale unor întreprinderi româneşti de comerţ exterior care propun, cel mai adesea, un simbol, o imagine de prestigiu a firmei respective, destinată tîrgurilor comerciale şi agenţiilor economice. Pe plan intern, audienţa unor asemenea afişe este extrem de scăzută.

Există opinii care exprimă îndoială în privinţa utilităţii reclamei comerciale în cadrul sistemului economic socialist. Dar suprimarea concurenţei de tip capitalist nu implică, după părerea noastră, caducitatea anunţului publicitar ci numai o modificare de nuanţă a acestuia. Este vorba de acele nuanţe care apar atunci cînd anunţul publicitar caută să învingă saturaţia pieţei prin exacerbarea valorii produsului, prin crearea de pseudo-nevoi, prin insinuări şi rapeluri continue la poziţia şi prestigiul social al consumatorului . . . Aceste aspecte alienante ale presiunii publicitare nu se întîlnesc în reclama de stradă de la noi, dar lipsa lor nu trebuie să conducă în nici un fel la justificarea anunţurilor de o mediocritate searbădă* (foto 3).

Reclama comercială nu se poate mulţumi să comunice pur şi simplu, fie şi cu talent plastic ; ea trebuie să conţină un element comercial de incitare, să prezinte în aşa fel încît să stîrnească interesul.

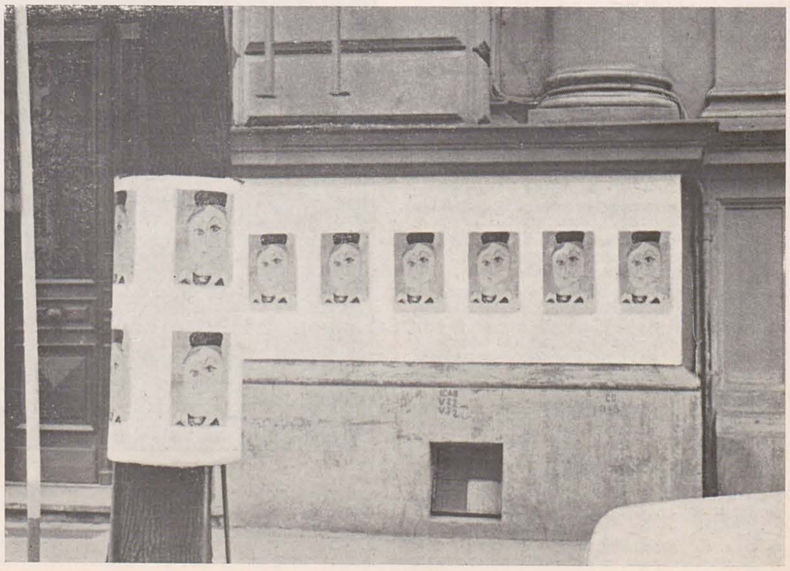
Poate fi utilizat, în acest sens, procedeul argumentării, prin care imaginii obiectului reclamei i se adaugă explicaţii, de regulă cu caracter tehnic, axate pe calităţile de folosinţă ale produsului. Timpul cerut de receptarea unui mesaj de acest gen este, evident, mai mare şi de aceea acestea sînt introduse mai frecvent în presă sau în spaţii comerciale închise. Atunci cînd se decide folosirea asociaţiilor semnificative se urmăreşte, în fapt, exprimarea cît mai « interesantă » a calităţilor produsului, evidenţierea valorii lor prin relaţia manifestă cu alte relaţii sau prin plasarea lor în situaţii tradiţional investite cu o anumită forţă de atracţie. Astfel, produsele cosmetice pot fi adeseori ataşate unui personaj feminin, cele alimentare pot apărea pe un fond de pajişti înverzite sugerînd prospeţimea, în timp ce articolele sportive pot fi prezentate pe fundalul unui atrăgător peisaj alpin sau maritim. Un caz revelator pentru demonstrarea complexităţii actului de selectare a conceptului de evocare este cel al reclamei pentru o marcă de pantofi, analizat de Henri Joannis**. Întreprinderea respectivă hotărîse axarea publicităţii pe faptul că producea cei mai uşori pantofi de un anumit tip. Pe această idee s-a sugerat folosirea unei imagini înfăţişînd o pereche de pantofi pe un cîntar. Dar cîntarul nu are şi posibilitatea de a arăta « calitatea » greutăţii. Soluţia aleasă a fost simplă şi cu mare forţă de sugestie : un mocasin pe o balanţă de scrisori ! Pot fi date numeroase alte exemple de asemenea idei publicitare inteligente şi eficace. În situaţia folosirii unor astfel de metafore vizuale este obligatoriu ca distanta dintre cele două noţiuni pe care metafora le pune în relaţie să fie cu atît mai mică cu cît publicul vizat are o înţelegere mai puţin evoluată. Privitorului i se cere ca, printr-o fulgerătoare repertoriere a asociaţiilor înmagazinate în memoria sa, să aleagă « termenul lipsă » din metafora propusă de mesajul publicitar. Or, dacă acest tip de asociaţie îi este străin, şansele receptării complete se anulează.

Oferta economică nu este uniformă ; se întîlnesc produse de calitate şi produse mai puţin bune ; există produse cu anumite particularităţi, destinate unor anumite categorii de public ; există şi apar în permanenţă produse noi. Este profund dăunător bunei funcţionări a angrenajului economic-comercial să se aştepte ca întîmplarea să scoată un produs în calea cumpărătorilor. Aşa cum arată Maurice Vidal***, publicitatea ar putea fi un imens catalog, o imensă vitrină care ar putea economisi un mare efort de căutare şi de deplasare. Publicitatea de calitate, desfăşurată, aşa cum am mai arătat, sub controlul unor specialişti ai comunicaţiei vizuale, este o latură indispensabilă a comerţului modern . . .

Mai bogat reprezentate şi, prin aceasta, mai apte de a oferi o temă de cercetare, sînt domeniile afişului politic şi cel al reclamei de spectacol. În ultimii ani, afişul politic s-a orientat în direcţia comemorării unor evenimente istorice de seamă şi a semnalării unor manifestări politice importante. În acest sens, afişul politic se foloseşte întotdeauna de imagini şi îndemnuri scrise care fac apel, în exclusivitate, la afectivitatea publicului. Un afiş în cinstea zilei de 23 August nu urmăreşte să

informeze că la acea dată a avut loc Eliberarea ţării . . . El adresează invitaţia de a te simţi contemporan cu o anumită desfăşurare de evenimente şi forţa cu care o face depinde atît de ideea publicitară (concept) cît şi de cea grafică, adică de virtuţile mijloacelor de expresie.

Se poate spune că, pînă nu de mult, au continuat să fie utilizate un număr restrîns de « scheme » simbolice care s-au uzat prin folosire îndelungată, abuzivă, nemaireuşind să transmită întreaga semnificaţie a evenimentului la care se refereau. În asemenea cazuri capacitatea de mobilizare scade şi nu rareori



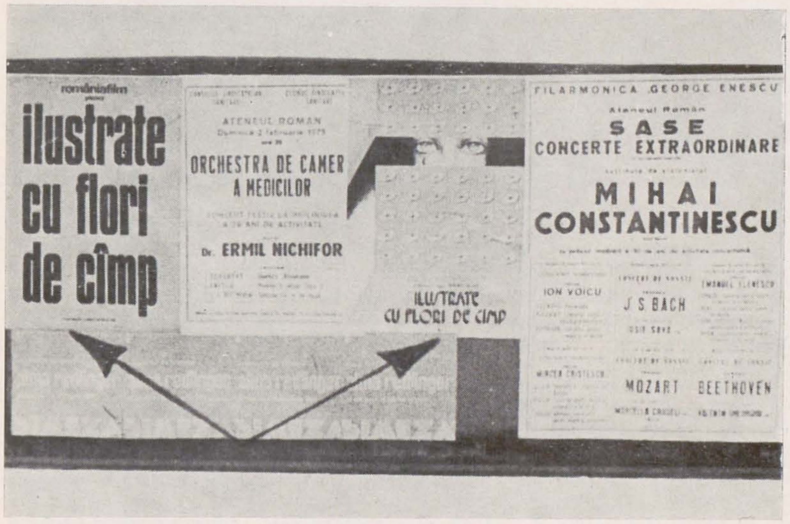
---

* Bernard du Plas, Henri Verdier, « La Publicité », Presses Universitaires de France, Paris, 1972, p. 38.

* Una dintre reclamele de acest gen, întîlnite recent, o pancartă avînd în centru o imbricare de forme geometrice colorate, ar putea, eventual, anunţa deschiderea unui simpozion pe teme de estetică industrială, dar nu şi îndemnul de a consuma legume . . . Asupra « efectului » publicitar al cuvîntului « TRICOTAJE » (atît şi nimic mai mult !) compus din litere murdărite de vreme pe cornişa unui bloc înalt, nu mai e, de asemenea, cazul să stăruim . . .

** Henri Joannis, « De l'étude de motivation à la création publicitaire et à la promotion des ventes », Dunod, Paris, 1972.

*** Maurice Vidal, « Publicité et gestion », Dunod, Paris, 1971.



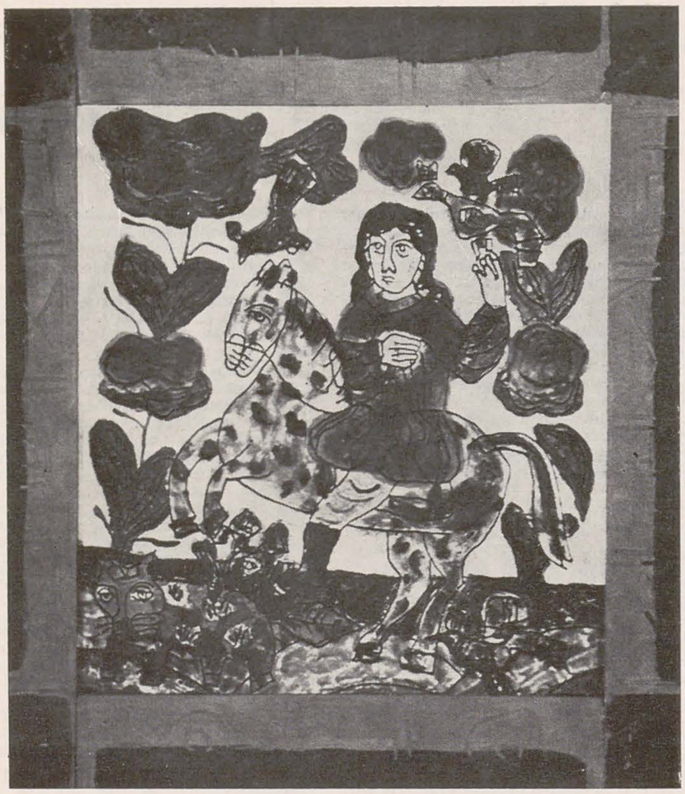
întîlnim o anumită indiferenţă a publicului, prea de multe ori pus în faţa unor astfel de şabloane a căror forţă agitatorică s-a dizolvat aproape în întregime.
Între reuşitele afişului politic românesc din ultimul timp se înscrie sprijinirea propagandei electorale pentru alegerile din martie 1975. S-au selecţionat, în acest scop, un număr de proiecte considerate mai izbutite, care s-au tipărit apoi într-un număr foarte mare de exemplare şi care au fost aplicate pe panourile de afişaj, pe ziduri, de-a lungul marilor artere, pînă în cele mai îndepărtate cartiere. Chiar dacă nu toate afişele s-au dovedit satisfăcătoare din punct de vedere al forţei de şoc vizual şi de convingere, suma prezenţelor tuturor a reuşit să creeze ceea ce numeam o « atmosferă politică ». În plus, responsabilii acestei acţiuni au avut ideea de a introduce şi procedeul folosirii combinate a dimensionărilor diferite ale aceluiaşi mesaj. Unul dintre afişele cu reale calităţi, poate chiar cel mai bun, a fost mărit şi expus sub forma unor panouri de cca 3/2 m în cîteva dintre punctele centrale ale Capitalei ; aceste panouri reluau şi impuneau la scară urbană, supra-individuală, ideea conţinută în afişul de dimensiuni clasice.

Acest succes publicitar s-a datorat în bună măsură şi aportului stilistic al graficii, în consonanţă cu tendinţele artistice moderne ale genului. Înnoirea fondului şi formei, evitarea utilizării fără eficacitate a « recuzitei » tradiţionale de simboluri nu exclude ci, dimpotrivă, presupune păstrarea unei juste măsuri între aportul de nou şi fondul mai vechi de imagini, devenite familiare publicului ca urmare a sedimentării în timp a unor formule de o anumită factură. Să ilustrăm, pe scurt, această afirmaţie.
O machetă de afiş ne-a pus de la bun început în încurcătură. Abia la o privire mai atentă am înţeles că imaginea reprezenta conturul unei vederi din profil a « Victoriei de la Samothrace ». Observarea acestui fapt cere uneori un anumit timp chiar şi celor avizaţi. Un micro-test efectuat de noi a arătat că dintr-un grup de 25 de persoane întrebate 19 au avut impresia (la prima vedere) că este vorba de o hartă, în vreme ce restul 6 nu şi-au putut formula nici o părere. Eroarea care a generat această situaţie stă atît în concepţie cît şi din transpunerea ei grafică. Legarea imaginii celebrei statui de ideea de victorie şi libertate nu se petrece decît de la un anumit nivel cultural în sus ; mai mult, această apropiere ar putea fi făcută în prezenţa unei ilustraţii clare, imediat recognoscibile, dar nu şi în cazul cînd ni se oferă un contur subţire al unei destul de nesemnificative vederi laterale . . . Artistul urmăreşte, în mod firesc, efectul de singularizare al creaţiei sale, de originalitate în raport cu formulele consacrate. Trebuie însă simţit pragul dincolo de care căutarea cu orice preţ a noului conduce la imagini care depăşesc « baremurile » normale de înţelegere ale publicului căruia i se adresează. Factorul estetic nu poate fi considerat separat, în afara funcţiei prime, de informare şi convingere, pe care o are publicitatea. Afişul, şi cel politic în special, nu poate fi tratat drept o artă a iniţiaţilor şi a elitelor. El trebuie să se prezinte ca un semn imediat inteligibil, uşor de memorat, care să evite în egală măsură stilul simplist declamator şi simbolica exagerat încifrată. Şocul vizual, eficacitatea informaţională şi aspectul plastic interesant nu sînt condiţionate, în mod obligatoriu, de prezenţa elementelor noi. Reuşita publicitară poate fi (şi este adeseori) rezultatul asamblării inedite, inteligente, a unor imagini şi motive grafice cunoscute, dar al căror sens este astfel reactivat şi îmbogăţit în multiplicitatea relaţiilor sale şi a puterii sale de expresie. Impactul — profitabil — al noului devine, în asemenea situaţii, o problemă de montaj, de interpretare în termeni noi.
Reclamele de spectacol constituie în momentul de faţă domeniul predilect de manifestare al preocupărilor publicitare din ţara noastră. Peste 90% dintre afişele care apar pe panourile de stradă anunţă spectacole de teatru sau film, deschiderea unor expoziţii de artă plastică, concerte.
Afişele de spectacol cuprind cel mai ridicat procent de mesaje-text. Accentuarea « personalităţii » acestora se realizează, de obicei, prin utilizarea forţei plastice a textului, prin tratarea grafică specială a principalelor părţi de informaţie. Umberto Eco aminteşte de existenţa, în asemenea situaţii, a unor linii de text cu caracter emoţional (de şoc, n.n.) şi a altora cu caracter referenţial (explicativ, n.n.). Legat de cele arătate mai sus, o situaţie interesantă se prezintă în sectorul afişelor de concert. Se pare că obişnuinţa audiţiilor muzicale fără imagine (radio, disc, bandă) structurează în timp o atitudine, o judecată specializată pe care eventuale ilustraţii reprezentînd solişti, orchestre, nu o influenţează decît în mică măsură. În acest caz, afişul se limitează la împlinirea a numai a uneia dintre funcţiile sale : cea informativă, transmisă prin text. Factorii « de convingere » (imagini, motive grafice, cromatică atractivă) devin, aici, aproape inutili şi, ca urmare, sînt practic eliminaţi din ansamblu. Afişele Filarmonicii bucureştene (foto 5) se adresează, în principiu, tuturor, dar nu ating, de fapt, decît un anumit grup de amatori. Aceştia, beneficiind de experienţa acumulată prin frecventarea sălilor de concerte, sînt mai puţin interesaţi de forma anunţului, aceeaşi de foarte mulţi ani. O anumită constanţă a ambianţei de sală şi a nivelului artei interpretative nu justifică continua modificare a aspectului reclamei, care se constituie, astfel, într-o imagine de marcă. Prin prestigiul cîştigat de-a lungul vremii de instituţia pe care o reprezintă, aceste afişe au ajuns să semnifice seriozitate şi garanţie a calităţii actului artistic . . .

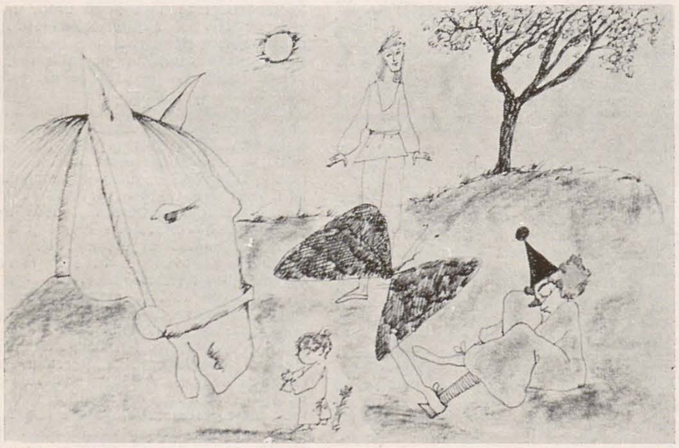
Prin intermediul aceluiaşi proces psihic, un simbol figurativ sau abstract, cum sînt cele care apar pe excelentele afişe ale revistei « Secolul 20 » nu propune, în primul rînd, cumpărarea acesteia, ci o anunţă într-un mod extrem de atractiv, oferind o imagine concentrată şi incitantă a lumii literar-artistice de care se ocupă această prestigioasă publicaţie.
O serie de realizări interesante pot fi întîlnite şi în rîndul afişelor de teatru. Datorită specificităţii contactului direct actor-spectator, afişele de teatru se rezumă, de cele mai multe ori, la un simplu text-anunţ, fără pretenţii de influenţare ante-hoc a interesului publicului altfel decît prin forţa de atracţie a numelui autorului jucat, actorilor distribuiţi etc. Mai recent, între teatrele bucureştene, Teatrul Mic se impune prin nivelul elevat al reclamelor sale de spectacol, prin înţelegerea necesităţii individualizării unei instituţii de cultură şi prin forma de publicitate pe care şi-o face (foto 4).
Spre deosebire de afişul de teatru, cel de film încearcă să ofere un plus de precizări publicitare. Afişele de film conţin, aproape invariabil, o imagine care caută să sugereze miezul naraţiunii cinematografice, nuanţa afectivă a relaţiilor luate în discuţie. Această imagine tinde să pregătească spectatorul pentru receptare aşa cum, la un alt nivel, încearcă să o facă articolul critic. Urmărirea ineditului prezentării este, în acest domeniu, foarte evidentă. Posibilitatea de a impune producţii modeste printr-o publicitate de efect, de bună calitate, sau, cel puţin, spectaculoasă (foto 8) este mai mare decît în orice alt tip de reclamă. Se înregistrează, în ultimul timp, un sensibil salt calitativ al afişului românesc de film, considerat ca element al unei destul de eficace şi complexe campanii de reclamă prin afiş, presă, radio, tv. În ceea ce priveşte grafica publicitară, vom aminti practica utilizării unei perechi de afişe care se completează reciproc; unul dintre acestea poartă scris cu caractere puternice, vizibile de la mare distanţă, titlul filmului, iar celălalt este un afiş « normal », care găzduieşte o imagine emblematică de felul celor descrise mai sus. Preluată din repertoriul reclamei comerciale, ideea extragerii denumirii « produsului » oferit şi a folosirii acestei denumiri ca element de atragere a atenţiei s-a dovedit a fi, aici, foarte utilă. Această jumătate autonomă de afiş, cu cost de realizare scăzut, răspunde condiţiei ca grupul de semne cu maximă forţă de şoc — în acest caz, titlul filmului — să fie în acelaşi timp şi purtător al informaţiei principale. Cealaltă componentă a perechii, eliberată astfel de obligaţia reducerii masive a cîmpului imaginii spre a face loc textului, tinde tot mai mult către postura de ilustraţie liberă (foto 7). Aşa cum am încercat să arătăm, reclama de stradă are un specific propriu. O bună idee publicitară radio sau tv, care cere o desfăşurare în timp, este rareori aplicabilă şi în domeniul afişului, care va căuta să activeze la maximum puterea de revelare bruscă a unor sensuri ale combinaţiei cuvînt-imagine. Vizibilitatea acesteia poate fi mărită prin încadrări judicioase, prin folosirea unui fond ori prin dispunerea în formaţii diferite de linearitatea tradiţională (evantai, diagonală, romb, cruce) (foto 6). Într-un sens, calitatea, din punct de vedere al propagandei, poate fi şi consecinţa organizării cantităţii în proporţii juste.
Pentru ca afişul românesc să devină ceea ce ar trebui şi ar putea să fie, ar fi de dorit să fie eliminată, cu posibilă urgenţă, nefireasca diferenţă de calitate care există încă între remarcabile machete de afişe prezentate cu prilejul unor expoziţii de grafică şi grafică publicitară şi nivelul modest al majorităţii reclamelor de stradă. Responsabilitatea mutării calităţii de pe simezele expoziţiilor pe marile panouri publicitare revine aproape în întregime interesului şi puterii de discernămînt a utilizatorilor acestor reclame. Calitatea necorespunzătoare a materialului publicitar generează neîncredere şi dezinteres din partea publicului. Experienţa a arătat că, o dată compromisă, fie din vina modului de prezentare, fie datorită nivelului scăzut al « mărfii » recomandate, publicitatea îşi recîştigă cu extremă dificultate, după mult timp şi arareori în totalitate, prestigiul de oglindă a unor valori adevărate (A. Moles).
Ca transmiţători de informaţie, afişele, panourile, pancartele de stradă sînt tot mai mult concurate de mijloacele audio-vizuale, privilegiate datorită specificului lor. Cert este că grafica publicitară de stradă îşi păstrează astăzi o poziţie importantă ca mass-media. Atenţia care i se acordă trebuie să ţină seama de această realitate.

jurnalul galeriilor

vasile drăguț

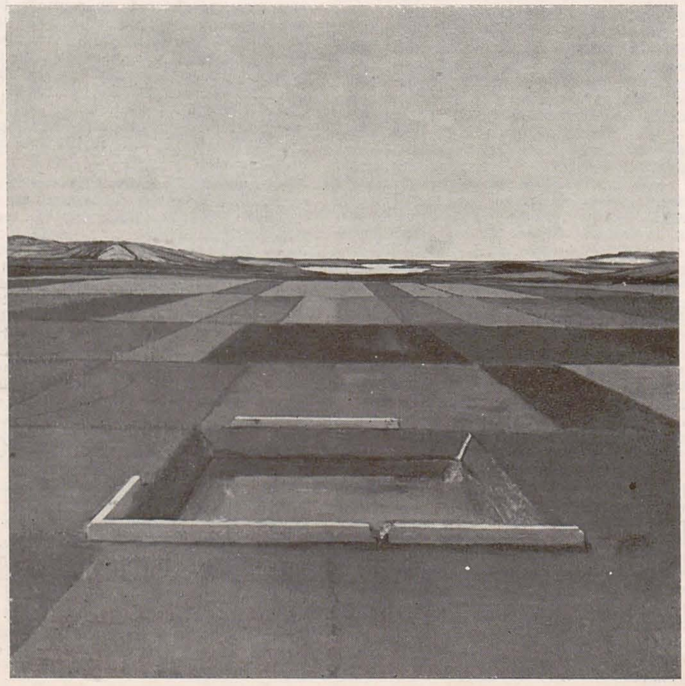


COSTIN IOANID



LIANA PETRUȚIU

DECEBAL NIȚULESCU

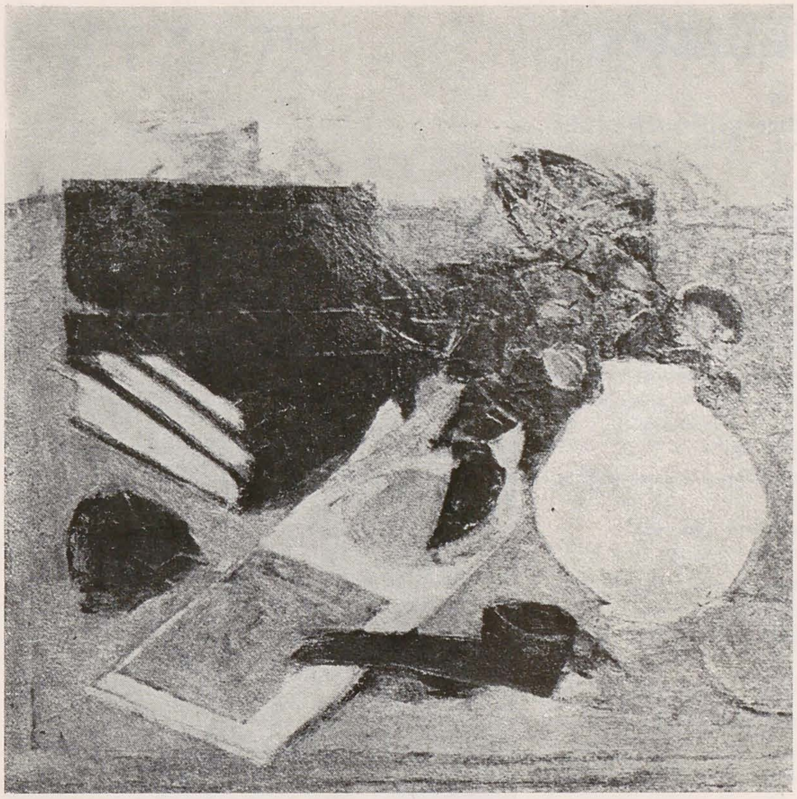


Toamna bucureșteană a acestui an a avut și zile reci, ba chiar neobișnuit de reci, a avut — așa cum se cuvine toamnei — și zile udate de ploaie, dar a avut și zile cu soare, un soare darnic, cu raze aurii și calde în lumina cărora toate formele din jur s-au înnobilat subit, împăcîndu-ne cu banalitatea reală a multora dintre ele. Mi se pare că în aceiași termeni s-ar putea vorbi despre expozițiile bucureștene din această toamnă, cu satisfacția că nu puține au fost manifestările demne de atenția exigentă a cronicarului. Desigur, ar trebui să poposim, în primul rînd, în acele ample expoziții organizate cu nedisimulată intenție de reprezentare, ca aceea a « semicentenarului » Ion Sălișteanu, din sala Dalles, sau ca aceea datorată lui Florin Niculiu, la Muzeul de Artă al R. S. România. Socotind că asemenea demonstrații depășesc limitele obișnuite ale unui « jurnal », reclamînd analize monografice mai larg circumstanțiate, ne propunem în cele ce urmează să consemnăm cîteva observații prilejuite de vizitarea unor expoziții care, chiar dacă nu sînt atît de ample ca cele două menționate mai sus, au, cu certitudine, o valoare de referință atît pentru artiștii autori cît și pentru viața noastră artistică în general. Mereu tînăr, cu o inepuizabilă sete de înnoire, Costin Ioanid a adus pe simezele de la « Căminul Artei » bucuria proaspătă a culorilor, a acelor culori pe care meșterii populari le-au așezat pe sticlă, iscînd chipuri și povești pentru ei și pentru totdeauna. Prevalîndu-se de roadele unei experiențe recente — realizarea unui ansamblu de pictură murală în satul Bogata Olteană, într-o zonă de înțeleaptă frumusețe a munților Perșani — Costin Ioanid și-a propus să recupereze o anumită latură a picturilor pe sticlă transilvănene. Nu imaginea efigie, nici statismul canonic, nu geometrismul meditativ atît de caracteristic multor picturi populare pe sticlă, ci vioiciunea, sensul narativ, posibila invitație la joc — iată ce l-a atras pe Costin Ioanid în exemplele tradiționale, pentru a-și făuri propriile sale chipuri. Considerînd pictura pe sticlă ca un obiect complex, cu implicarea obligatorie a ramei, el și-a propus să ilustreze cîteva pagini de mitologie populară românească într-o viziune voit decorativă, care să-i permită să le așeze pe fruntarul odăii, printre cancee, străchini și ștergare. *Primii oameni*, *La arat*, *Păstorit*, *Prinzătorii de păsări*, *La scăldat* sînt savuroase popasuri într-o lume de realitate și de basm pe care desenul savant stîngaci și coloritul restrîns ca paletă dar de o remarcabilă strălucire o evocă cu sinceritate și dragoste.

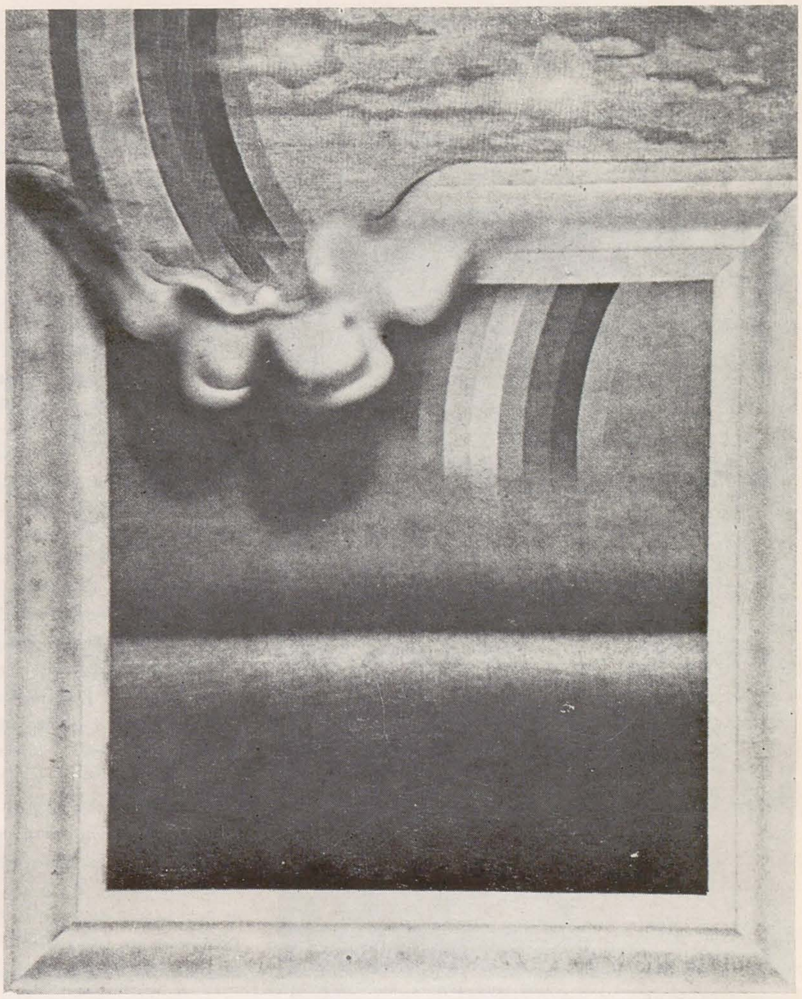
Tema jocului — a jocului filtrat de știința maturității artistice — se întîlnește și în expoziția personală a Lianei Petruțiu (galeria « Galateea »), artistă cu activitate complexă, ca grafician, ca pictor, ca scenograf, ca autor de filme de animație. Formele-proiect pentru parcul copiilor (*Bufnița*, *Pisica*, *Cocoșul*, *Balaurul* — toate din lemn pictat) ca și ilustrațiile pentru « Alice în țara minunilor » sau desenele din ciclul « Circul » vădesc o înzestrată capacitate de invenție și, deopotrivă, o anumită gravitate, un sens nostalgic pentru lumea copilăriei de care artista ne convinge că este profund atașată. În mod deosebit ne-au atras în această expoziție cele șaptesprezece peisaje executate în tehnică mixtă, fiecare un mic poem liric închinat Mediașului medieval și acelei zone de calmă frumusețe de pe Tîrnava Mare. Notații rapide în aparență, în fapt rezultatul unei mature elaborări, surprind — odată cu alcătuirea unor arhitecturi vetuste sau a unor coline cu unduire molcomă — starea de visare a artistei care își preumblă sufletul printre ele. Să nu se creadă cumva că este vorba despre o grafică de evocare sentimentală, agrementată cu efecte pitorești. Dimpotrivă, cu discreție și tact, Liana Petruțiu știe să supună linia și culoarea unui limbaj plastic variat ca expresie, sincer cu sine, epurat dar nesofisticat, cu o evidentă preocupare pentru echilibru și armonie (*Drumul spre casă*, *Printre coline*, *Turn de veghe*, *Scările*).

În aceeași galerie « Galateea », Decebal Nițulescu ne invită la rîndul său la un dialog cu peisajul, un dialog în care tema program se anunță din capul locului foarte pretențioasă. Într-adevăr, tînărul pictor pare a fi preocupat să restabilească unitatea dialectică dintre starea de suflet a peisajului — acel « état d'âme » romantic — și înțelegerea rațională a formelor care îl compun într-o geometrie variabilă. Panorame largi, cu modulații liniștite de relief, cu păduri și bălți se desfășoară sub o lumină egală care delimitează nediferențiat planurile și volumele. S-ar putea spune « iată o pictură rece » dacă în grija nedemonstrativă dar pretutindeni prezentă pentru detaliu nu am simți tandra relație dintre artist și lumea pe care o pictează. O tandrețe controlată, desigur, pusă sub semnul analizei geometrice pe care cîteva simple indicații, cu aspect voit didactic, o facilitează și o fac necesară. Remarcabil în demersul lui Decebal Nițulescu este faptul că el nu face din analiza geometrică a spațiului peisagistic un instrument al limbajului plastic — ca odinioară în cubism. El se mulțumește doar să o sugereze, exaltînd prin aceasta sensul armonic al compozițiilor panoramatice în fața cărora îi place să adaste. Efectul este de o sesizantă calitate și socotim că expoziția în discuție constituie un important reper pentru creația tînărului pictor a cărui evoluție se cere a fi urmărită cu interes. Contribuie la aceasta evidentele calități de expresie grafică și cromatică, acuratețea decantată a imaginilor.

Recomandat de o multilaterală activitate de grafician și scenograf, autor de ilustrații de carte, de afișe, de desene satirice, Mihai Mănescu și-a definit și mai clar personalitatea în



ALEXANDRU CUMPĂTĂ



MIHAI MĂNESCU

DUMITRU RĂDULESCU

expoziția personală de la « Orizont ». Profesionist aplicat, cu o nedisimulată exigență în folosirea procedeelor tehnice — exigență convertită uneori în virtuozitate — Mihai Mănescu aparține acelei categorii de graficieni tineri care militează pentru « redescoperirea » graficii ca gen autonom și reprezentativ, dincolo de fireștile sale contingențe cu pictura, cu fotografia sau cu cinematografia (în acest caz prin efectul urmărit al mișcării, al succesiunii posibile). Există în lucrările lui Mihai Mănescu o anume încrîncenare a procedeelor grafice, o demonstrație că limbajul liniei și al contrastelor de negru pe alb este departe de epuizare. Dar artistul nu se mulțumește doar cu o demonstrație formală, chiar dacă este evident preocupat de legitimarea plenară a mijloacelor sale de comunicare. Artă de mesaj, grafica lui Mihai Mănescu este deschisă problemelor umane, le încorporează, conferindu-le, nu odată, o forță explozivă.

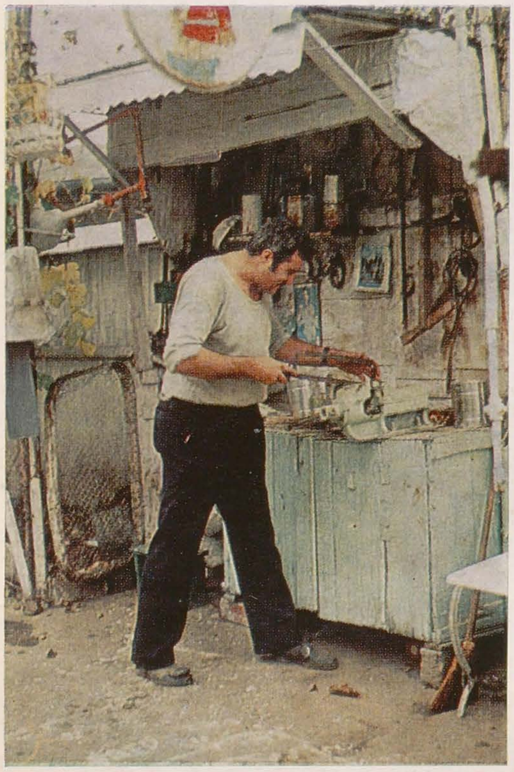
Alături de grafica lui Mihai Mănescu, galeria Orizont a găzduit și ceramica lui Dumitru Rădulescu, la rîndul lui un artist complex și deopotrivă reprezentativ pentru generația de tineri maturi. Vădind, ca și Mihai Mănescu, o obsesivă preocupare pentru virtuozitățile de ordin tehnic, Dumitru Rădulescu este mai puțin îndatorat unui singur gen artistic, ceramica pe care o practică situîndu-se — cu intenție — la locul de întîlnire cu sculptura. Preocuparea nu este nouă, iar la noi (ca și peste hotare) nu puțini sînt ceramiștii care au căutat inovații de limbaj și de finalitate prin simbioza ceramică-sculptură. Soluțiile sînt diferite, uneori se recurge la compoziții prin juxtapunerea celor două genuri, mai ades artistul sparge tiparele obișnuite ale formelor ceramice invitîndu-ne la contemplarea unor mici universuri deschise și agitate lăuntric, nu lipsite de un anume fior tragic. Cu ani în urmă, într-o memorabilă expoziție personală, tot aici la « Orizont », regretatul Constantin Bulat surprinsese prin aducerea unor vase de ceramică cu pereții dezasamblați, provocatoare apropouri ale trecerii. Dumitru Rădulescu împinge mai departe dinamismul tragic al reprezentării, alcătuind forme care neliniștesc prin asocierea savantă dintre șlefuit și aspru, dintre calm și agitat, dintre armonic și contorsionat. Inventivitatea problematizantă a artistului este admirabil secondată de abilitatea artizanului care stăpînește nu numai materia pe care o modelează dar și focul la a cărui dogoare știe să obțină toate efectele dorite.

Încheind acest scurt periplu expozițional, vom adăsta puțin în galeria « Eforie », în liniștea lucrărilor de pictură care alcătuiesc « personala » lui Alexandru Cumpătă. Consecvent cu propria sa formație, cu tipul său de gîndire artistică, Al. Cumpătă pictează peisaje, naturi moarte și oameni fără dorința — fie și efemeră — de a fi un original. Desenator riguros, el organizează cu claritate suprafețele, conferindu-le personalitate sub tușele unui penel stăpînit, mereu preocupat ca învelișul colorat al formelor să traducă cu fidelitate emoția impactului cu realitatea. Materia colorată a tablourilor sale este prețioasă dar rațională, fără străluciri de efect, ambianța generală este introspectă, în consonanță cu firea meditativă a acestui artist care nu se lasă descurajat de parada curentelor la modă.

design sălbatec

ion dumitriu

parcul copilului din giulești sîrbi



Autorul acestui exemplu care se poate înscrie în categoria denumită generic « design sălbatec » este Nicolae Blejan (născut la 28 iunie 1937 la București, 1,91 m, 120 kg, domiciliat pe Calea Giulești nr. 517, sectorul 6, de profesie mecanic de întreținere la Laboratorul de cercetări bioveterinare ; căsătorit, are trei copii).

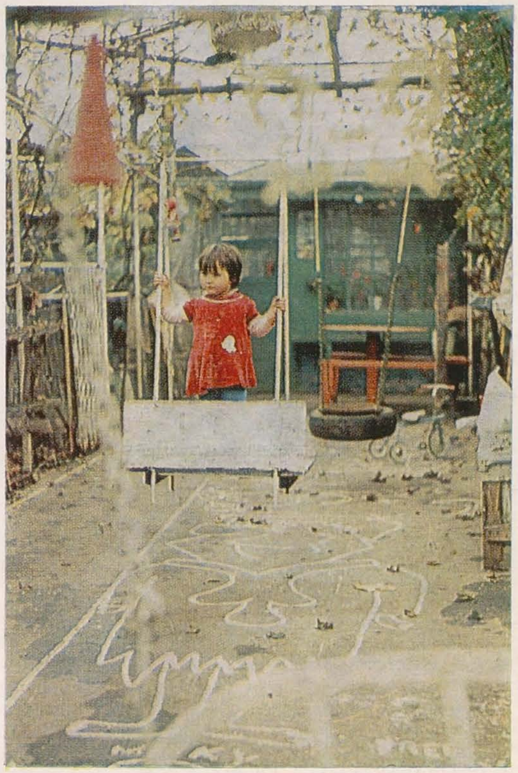
Acum 5 ani a început realizarea unui parc pentru copii, în apropiere de casa lui, pe un teren viran, la nivelarea căruia s-au folosit 1000 mașini cu pămînt (Nicolae Blejan păstrează foile de parcurs semnate de el).

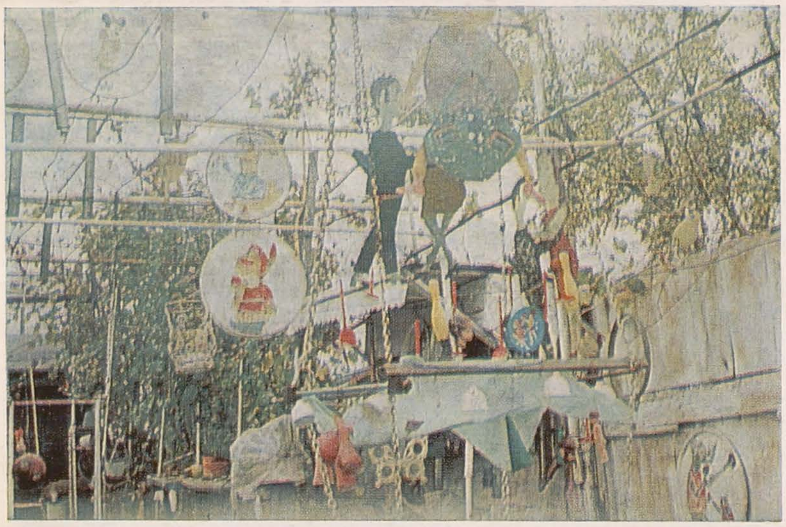
A sădit 60 de plopi, 6 pruni, 2 nuci, 4 piersici, tuia și trandafiri urcători, viță de vie.

A folosit diferite materiale « recuperate » : fier vechi — bare, țevi, cornier — scînduri, tablă, plastic, cauciuc. Anvelope uzate de diferite dimensiuni sînt folosite drept gard ; pe anvelopele vopsite în alb a scris
« Prin sport vă mențineți sănătatea »,
« Păstrați curățenia orașului »,
« Veniți la volei, dragi copii » ; capace de la butoaie din tablă — prinse pe gard — sînt pictate cu personaje din basme sau din lumea desenului animat.

Parcul are un teren de volei, leagăne, inele, balansoare. În mijlocul parcului a construit un chioșc cu masă și scaune și — în chioșc — un puț cu apă potabilă.

În munca sa a fost ajutat de soție — Antoaneta Blejan, 37 de ani, de fiul său — Gabriel, 12 ani — și de cîțiva copii din cartier. Dorește să mai facă un ecran alb (pe zidul unei case) pe care să proiecteze vara diafilme pentru copiii mici.





ARTA 79

Indice selectiv

Arta, Proiectul de directive în dezbaterea artiștilor (În întîmpinarea Congresului al XII-lea al Partidului Comunist Român), nr. 5—6, pp. II—IV

Arta, O dezbatere despre frumusețea ut:lului, nr. 11—12, p. 1

Arta, Eminescu — statuile poetului, nr. 7, pp. 14—15

Barbosa, Octavian, Bauhaus-ul și noua pedagogie a privirii (Propedeutică), nr. 11—12, pp. 42—43

Barbosa, Octavian, Depășirea funcționalului (Cronică), nr. 11—12, p. 45

Barbosa Tatiana, Cămașa românească, document istoric și de artă (Cîntarea României), nr. 1, p. 38

Bortnovschi, Paul, Trienala (Colocviu, participă), nr. 5—6, p. 10, 15

Bortnovschi, Paul, Despre « stări » și spațiu (Interviu realizat de Catinca Ralea), nr. 5—6, pp. 26—27

Bortnovschi, Paul, Un loc predilect al artelor, nr. 5—6, pp. 54—55

Bortnovschi, Paul, « Un sistem creator de stări de creativitate » (Convorbire cu Catinca Ralea), nr. 11—12, pp. 40

Brezianu, Barbu, Neuitarea Olgăi Greceanu, nr. 7, p. 33

Bujor, Doina, Bacău — Salonul anual (Filiale), nr. 2—3, p. 52

Bușneag, Olga, Expoziția Aurel Ciupe — Rostock, Berlin, nr. 1, p. 39

Bușneag, Olga, Artele decorative — Salonul bucureștean '78, nr. 2—3, pp. 22—23

Bușneag, Olga, Gabriela Pătulea Drăguț, Carmen Pătulea Iancu (Cronică), nr. 8, p. 22

Bușneag, Olga, Nistor Coita (Profil), nr. 9, pp. 28—29

Bușneag, Olga, Ion Deac-Bistrița (Cronică), nr. 10, pp. 22—24

Bușneag, Olga, Un tînăr designer — Laurențiu Ruță, nr. 11—12, p. 54

Bușneag, Olga, Simpozion de creație la Fabrica de porțelan « Iris », nr 11—12, pp. 58—59

Bușneag, Ruxandra, Jutta Hammer: Corneliu Baba (Cartea de artă), nr. 4, p. 37

Caravia Paul, Inovarea produselor, factor de echilibru ecologic și social, nr. 11—12, pp. 12—15

Cârneci, Magda, Carolina Iacob (Cronică), nr. 4, p. 28

Cârneci, Magda, Ion Musceleanu (Cronică) nr. 9, pp. 22—23

Cârneci, Magda, Designul în sfera jocului, nr. 11—12, pp. 52—53

Cârneci, Magda, Redimensionarea unei profesiuni (Design/modă), nr. 11—12, pp. 69—70

Cebuc, Alexandru, Muzeul colecțiilor de artă, nr. 1, pp. 5—6

Constantin, Paul, Design-culoare-ambient, nr. 11—12, pp. 25—26

Cornea, Andrei, Étienne Hajdu (Cronica), nr. 2—3, pp. 62—64

Cornea, Andrei, Chardin, 200 de ani de la moarte (Aniversări), nr. 9, pp. 30—31

Costescu, Eleonora, Deva — Petroșani (Filiale), nr. 2—3, pp. 38—39

Crețu, Iulian, Designul și dezvoltarea social-economică actuală, nr. 11—12, p. 33

Crișan, Maria-Magdalena, Galați — fișe de activitate; Plastica urbană (Filiale), nr. 2—3, pp. 40—41

Crișan Maria-Magdalena, Plastica românească la Muzeul de artă contemporană din Galați, nr. 10, pp. 13—15

Dan, Călin, Trei artiști din Ungaria (Cronică), nr. 4, pp. 30—31

Dan, Călin, Theodor Enescu: Virgil Almășanu (Cartea de artă), nr. 4, p. 37

Dan, Călin, Dan Grigorescu: Constelația gemenilor (Cartea de artă), nr. 10, p. 33

Deac, Mircea, Salonul republican '79 — un omagiu istoriei și construcției socialiste, nr. 9, pp. 4—13

Delaport Nicolae, Muzeul Colecțiilor de artă (Prezentarea colecțiilor), nr. 1, pp. 6—18

Dâmboianu, Anton, Design — Proces-teritoriu-competență, (Ipoteze/relații), nr. 11—12, pp. 16—18

Drăguț, Vasile, Sensul Unirii în artă, nr. 1, pp. 1—4

Drăguț, Vasile, « ARTA » (25 ani de apariție), nr. 2—3, p. 1

Drăguț, Vasile, Sensul patriotismului în arta românească (Editorial), nr 4, pp. 1—2

Drăguț Vasile, Brăduț Covaliu (Cronică), nr. 4, pp. 3—5

Drăguț Vasile, Graziella Stoichiță (Cronică), nr. 4, pp. 6—7

Drăguț, Vasile, Scenografia, nr. 5—6, p. 1

Drăguț, Vasile, Trienala (Colocviu, participă), nr. 5—6, pp. 6—8, 9, 11, 13—15

Drăguț, Vasile, Designul și logica stilurilor, nr. 11—12, pp. 6—7

Drăguț, Vasile, Jurnalul Galeriilor, nr. 11 — 12, pp. 74—75

Drișcu, Mihai, Despre saloane, nr. 2—3, p. 2

Drișcu, Mihai, Salonul național de grafică '78, nr. 2—3, pp. 2—6

Drișcu, Mihai, Noua artă de a învăța arta (Artă-știință-educație), nr. 2—3, p. 24

Drișcu, Mihai, Iași (Itinerar), nr. 2—3, pp. 30—31

Drișcu, Mihai, Georgeta Boruzs, Adrian Dumitrache (Cronică), nr. 4, pp. 14—15

Drișcu, Mihai, Carnet de critic (I), nr. 4, pp. 32—33

Drișcu, Mihai, Carnet de critic (II), nr. 5—6, pp. 73—76

Drișcu, Mihai, Jurnalul galeriilor, nr. 7, pp. 37—39

Drișcu, Mihai, « Cîntarea României » — finala republicană, nr. 8, pp. 6—10

Drișcu, Mihai, Jurnalul galeriilor, nr. 9, pp. 38—39

Drișcu, Mihai, Acțiuni în muzee, nr. 10, pp. 16—18

Drișcu, Mihai, Redimensionarea unei profesiuni (Design/modă), nr. 11—12, p. 69

Drișcu, Mihai, Ladislau Feszt, nr. 10, pp. 24—25

Dumitriu, Ion, Arta copiilor (Anul internațional al copilului), nr. 7, pp. 20—26

Dumitriu, Ion, « Design sălbatec », nr. 11—12, p. 76

Eliade, Mircea, Brâncuși și mitologiile (Arhiva Brâncuși), trad. Olga Bușneag, nr. 2—3, pp. 66—67

Florescu, Radu, Arta și cultura tracă pe pămînturile bulgare, nr. 2—3, pp. 55—57

Flondor-Străinu, Constantin, Teste de percepție și semiotică (I), (Artă-știință-educație), nr. 2—3, pp. 24—29

Flondor-Străinu, Constantin, Design — creație și pedagogie (din experiența Liceului de artă din Timișoara), nr. 11—12, pp. 50—51

Frâncu, P., Sculptura — Salonul bucureștean '78, nr. 2—3, pp. 12—15

Frâncu, P., Oradea, Arad, Timișoara (Itinerar), nr. 2—3, pp. 32—33

Frâncu, P., Melancolia lui Prospero și obiectele ei, nr. 5—6, pp. 20—21

Frâncu, P., Masca de comedie, nr. 5—6, p. 72

Georgescu-Gorjan, Ștefan, Catalogul expoziției Brâncuși — Brummer Gallery (Arhiva Brâncuși), nr. 1, p. 20

Georgescu-Gorjan, Ștefan, Machetă sau joc de forme? (Arhiva Brâncuși), nr. 7, pp. 16—17

Georgescu-Gorjan, Ștefan, Ovoidul (I), (Arhiva Brâncuși), nr. 9, pp. 19—21

Georgescu-Gorjan, Ștefan, Ovoidul (II), (Arhiva Brâncuși) nr. 10, pp. 30—32

Georgescu, Hortensia, Costumul în film, nr. 5—6, pp. 38—39

Ghelerter, Petre, Afișul și strada, nr. 11—12, pp. 71—73

Greceanu N., Olga, Compoziția murală (fragmente), nr. 7, pp. 34—36

Grigorescu, Dan, Micaela Eleutheriade (Cronică), nr. 2—3, pp. 58—59

Grigorescu, Dan, Wanda Mihuleac (Cronică), nr. 4, pp. 8—9

Grigorescu, Dan, Expoziția « Artistul american la lucru », nr. 8, pp. 32—33

Grigorescu, Dan, Chipul patriei în arta contemporană românească — Pledoarie pentru peisaj, nr. 9, pp. 14—18

Grigorescu, Dan, O artă ce aparține existenței umane, nr. 11—12, p. 5

Grigorescu, Mihaela, Arta plastică angoleză, nr. 9, p. 24

Grozdea, Mircea, Sculptură de interior din Bulgaria, nr. 7, p. 28

Grozdea, Mircea, Direcții și tendințe în arta monumentală din România socialistă, nr. 10, pp. 5—12

Hăulică, Dan, Trienala (Colocviu, participă), nr. 5—6, pp. 8—9, 10, 11—12, 13

Horșia, Horia, Lazăr Florian Alexie (Cronică) nr. 1, p. 35

Horșia, Horia, 1 Decembrie în afișul politic (Cronică), nr. 1, pp. 36—37

Horșia, Horia, Constantin Cantea (Debut), nr. 2—3, pp. 36—37

Horșia, Horia, Ion Sima (Cronica), nr. 2—3, pp. 60—61

Horșia, Horia, Bursierii, nr. 2—3, p. 65

Horșia, Horia, Ella Cancicov (Retrospectivă), nr. 4, pp. 12—13

Horșia, Horia, Trienala (Colocviu, participă), nr. 5—6, pp. 5—6, 8, 11, 16

Horșia, Horia, Ion Gheorghiu: « o promisiune de fericire » (Cronică), nr. 5—6, pp. 60—65

Horșia, Horia, Afișul politic — tema: dezarmarea, nr. 5—6, pp. 66—67

Horșia, Horia, « XXXV de ani de muncă și împliniri », nr. 7, pp. 8—13

Horșia, Horia, Eugenia Manea Pasima, nr. 7, p. 29

Horșia, Olga, Învățămînt, cercetare, producție, nr. 1, pp. 28—30

Iancu, Napoleon Toma, Cu Norris despre Norris (Interviu), nr. 5—6, pp. 22—25

Iotzu, Alexandru, Teatrul, act de creație arhitecturală, nr. 5—6, pp. 51—53

Ispir, Mihai, Alexandru Chira, nr. 7, pp. 30—31

Ispir, Mihai, De la obiect la « sistem » (Ipostaze și valori ale designului ambiental), nr. 11—12, pp. 21—24

Kazar, Gheorghe, Pictura chineză în stil tradițional, nr. 10, pp. 26—27

Krasovschi, Nicolae, Maria (fragmente din romanul inedit), nr. 1, pp. 31—33

Marinescu, Constantin, Zsennye '79 (al doilea seminar de design al țărilor socialiste) nr. 11—12, p. 68

Matcaboji, Mircea, Pentru un nou raport între scenă și sală, nr. 5—6, pp. 57—59

Măciucă, Constantin, Statutul artei scenografice, nr. 5—6, pp. 1—2

Mihalache, Marin, « Biblioteca de artă » (Cartea de artă), nr. 7, pp. 27

Mihuleac, Wanda, a XIII-a Bienală internațională de grafică — Ljubljana 1979 (Acțiune), nr. 10, pp. 19—21

Miller, Sanda, Doi pictori, nr. 8, p. 39—40

Mocanu, Virgil, Scenografia și artele plastice, nr. 5—6, pp. 3—4

Mocanu, Virgil, Jurnalul galeriilor, nr. 10, pp. 36—38

Moholy-Nagy, László, Teatru, circ, varieteu (Antologie, Teatrul la Bauhaus), trad. Gheorghe Vida, nr. 5—6, pp. 79—80

Nanu, Adina, Pictori-profesori brăileni (Filiale), nr. 2—3, p. 43

Nanu, Adina, Limbajul artistic al machiajului, nr. 5—6, p. 71

Nicolescu, Vasile, Petru Popovici (Profil), nr. 8, pp. 18—19

Nițescu, Traian, Trienala (Colocviu participă), nr. 5—6, pp. 12, 16

Nițescu, Traian, Criterii de valoare, nr. 5—6, pp. 17—19

Nițescu, Traian, Scenografi de teatru, nr. 5—6, pp. 35—37

Nițescu, Traian, Păpușarii, nr. 5—6, pp. 42—45

Pamfil, Eduard, Designul sau profilaxia urîtului, nr. 11—12, p. 20

Pamfil, François, Coriolan Hora (Profil), nr. 2—3, pp. 44—45

Pamfil, François, Gheorghe I. Anghel sau obsesia orizonturilor (Profil), nr. 4, pp. 10—11

Pamfil, François, Monumente și fîntîni, nr. 7, pp. 3—7

Pavel, Amelia, Tonitza (Retrospectivă), nr. 8, pp. 11—14

Pavel, Amelia, O expoziție de afișe (Cronică), nr. 8, pp. 25—26

Pavel, Amelia, « Artistul american la lucru » (Colocviu româno-american de critică de artă), nr. 8, p. 31

Pavel, Amelia, Lascăr Vorel — 100 de ani de la naștere, nr. 9, pp. 36—37

Pavel, Amelia, Design și spațiu social (Ipoteze/relații), nr. 11—12, pp. 8—9

Pădeanu Tulcan, Elena, Analiza morfologică a experienței artistice (Artă-știință-educație), nr. 4, pp. 24—27

Pătrășcanu Veakis, Elena, Evocări (Victor Ion Popa, Ion Sava), nr. 5—6, pp. 32—34

Petrescu, Paul, Artele decorative — Salonul bucureștean '78, nr. 2—3, pp. 16—22

Petrescu, Paul, Creatori populari de azi (Cîntarea României), nr. 2—3, pp. 52—53

Petrescu, Paul, Universul domestic românesc — design și artă populară (Cîntarea României), nr. 4, pp. 34—36

Petrescu, Paul, Scenografia în cultura populară tradițională, nr. 5—6, pp. 46—47

Petrescu, Paul, Moda acum un sfert de veac, nr. 5—6, pp. 68—69

Petrescu, Paul, Spirala: artă populară-design-« artă populară » (Design/tradiție), nr. 11—12, p. 37

Perciun, Jean, Educația artistică — sistem de conștientizare (Artă-știință-educație), (Notă introductivă), nr. 2—3, p. 24

Pintilie, Andrei, Krasovschi, nr. 1, p. 31

Pintilie, Andrei, Pentru o redescoperire a lui Corneliu Michăilescu (Fișe de istoria artei românești), nr. 8, pp. 34—35

Pintilie, Dana, Tonitza (Retrospectivă), nr. 8, pp. 14—17

Pleșu, Andrei, Pictura — Salonul bucureștean '78, nr. 2—3, pp. 8—12

Pleșu, Andrei, Florin Mitroi (Profil), nr. 7, pp. 18—19

Pleșu, Andrei, Octavian Olariu « monoxile » (Profil), nr. 8, pp. 20—21

Pop, Ileana, Svetlin Rusev (Cronică), nr. 4, p. 29

Pop, Ileana, Olga Greceanu, nr. 7, pp. 33, 36

Pop, Ileana, Arta plastică finlandeză (Cronică), nr. 8, pp. 36—37

Popescu, Dan Cristian, Cercetare interdisciplinară (Didactica), nr. 5—6, p. 50

Ralea Catinca, Convorbire cu Ciulei — imaginea scenică, o imagine a momentului actual, nr. 5—6, pp. 29—31

Roman, Vasile, Strategii didactice, nr. 5—6, pp. 48—50

Schlemmer Oscar, Omul și figura artificială (Antologie, teatrul la Bauhaus), trad. Gheorghe Vida, nr. 5—6, p. 78

Sinigalia, Tereza, Expoziția « Comorile mânăstirii Piva », nr. 9, pp. 33—35

Stern, Radu, Vladimir Tatlin — o artă a revoluției, nr. 1, pp. 24—27

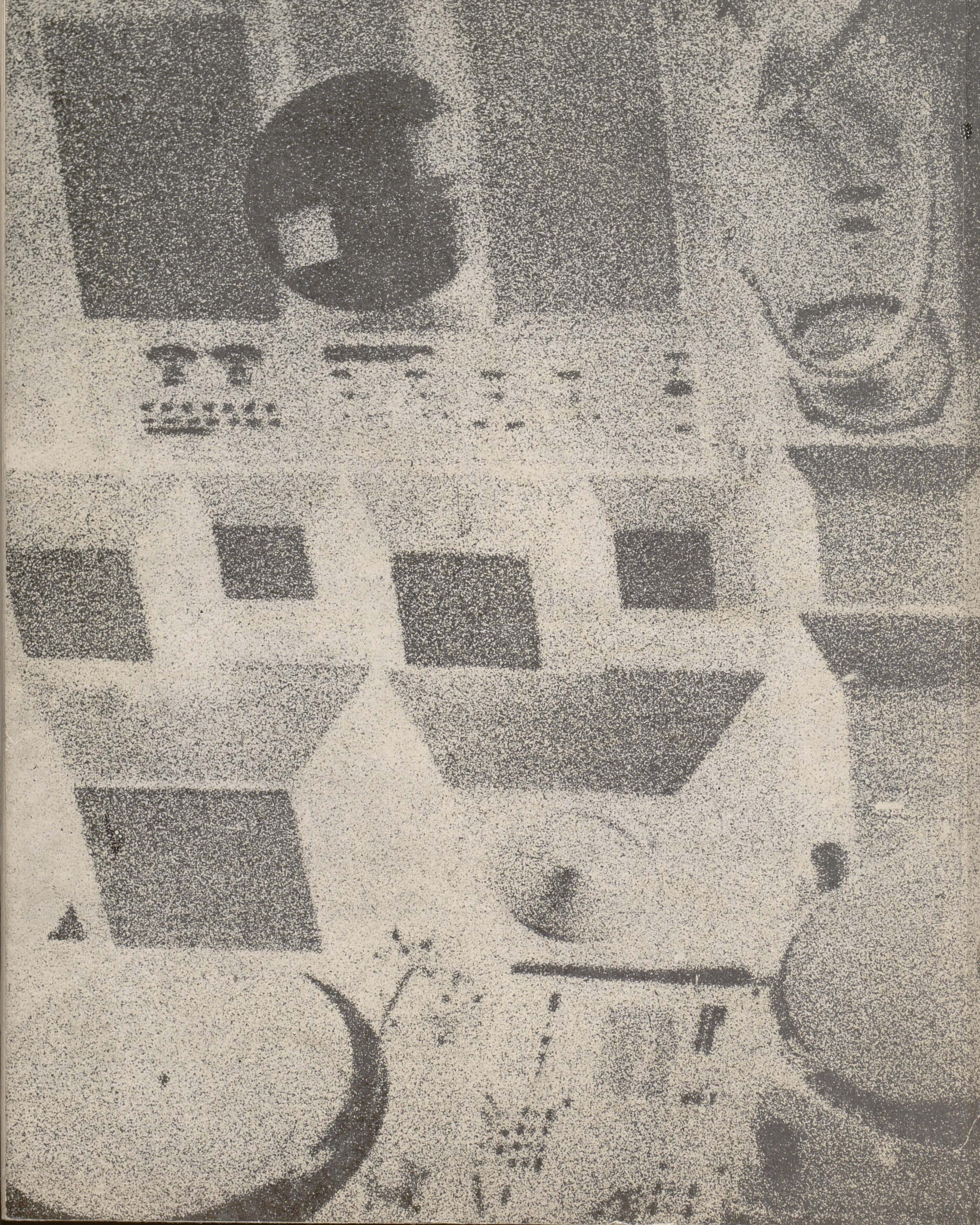
Tătaru, Marius, H. Daumier (Centenar), nr. 10, pp. 28—29

Tătaru, Marius, Designul industrial: premise psihosociologice, nr. 11—12, p. 19

Titu, Alexandra, Jurnalul galeriilor, nr. 8, pp. 27—30

Titu, Alexandra, Arta, un mod de a îmbogăți lumea copiilor (Artă/joc) nr. 11—12, pp. 55—57

Truică, Ion, Filmul de animație, nr. 5—6, pp. 40—41

Tulcan, Doru Educația artistică — sistem de conștientizare (III), (Artă-știință-educație), nr. 9, pp. 25—27

Wroblewska, Danuta, Trienala de tapiserie, Łódź, 1978 (Corespondență), trad. Eugenia Vișinoiu, nr. 4, pp. 21—23